

# *Biologiskt kulturarv*

som som hållbar värdeskapare – slutrapport



Håkan Tunón, Bolette Bele & Paulina Rytönen



CENTRUM FÖR  
BIOLOGISK MÅNGFALD



**NIBIO**  
NORSK INSTITUTT FOR  
BIOØKONOMI



Tunón, Håkan, Bele, Bolette & Rytönen, Paulina, 2019. *Biologiskt kulturarv som som hållbar värdeskapare – slutrapport*. CBM:s skriftserie 117. SLU Centrum för biologisk mångfald, Uppsala, Norsk institutt for bioøkonomi, Ås & Södertörns högskola, Södertörn.



© SLU Centrum för biologisk mångfald, Norsk institutt for bioøkonomi, Södertörns högskola, 2019.  
CBM:s skriftserie 117.

Omslagsillustration: Slätteräng (ovan t.v.) & fåbottallrik (ovan t.h.) (foton: Håkan Tunón). Brunost (nedan t.v.) & norsk rødt fe NRF (nedan t.h.) (foton: Bolette Bele).

Layout: Håkan Tunón.

Tryck: endast PDF

ISBN: 978-91-88083-25-8

ISSN: 1403-6568

## Slutrapport

|  |   |                          |
|--|---|--------------------------|
| Rapporten avser projekt som bedrivs i (endast ett alternativ)<br><input checked="" type="checkbox"/> <b>Nordens Gröna Bälte</b> <input type="checkbox"/> Inre Skandinavien <input type="checkbox"/> Gränslöst Samarbete<br><input type="checkbox"/> Delområdesöverskridande (flera delområden) |   | Ärende-id:<br>20200961   |
| Projektets navn<br><b>Biologiskt kulturarv som bærekraftig verdiskaper</b>   |   | Tilsagnsnr:<br>IR2016.04 |
| Slutrapport  | Rapportens period: <b>14.03.16-14.09.19</b> |                          |

### 1. Verksamhetsmål, resultat och effekter

**Verksamhetsmålet** under första delen av projektet har varit att påbörja och genomföra dokumentations- och sammanställningsfasen. Syftet var att under första året utveckla de verktyg som sedan behövdes för att genomföra de kurser, workshopar och företagsutvecklande insatserna som kom senare i projektet. Därför genomfördes en brukarworkshop i april 2017 för att få inspel till verksamheten och under den fältsäsongen påbörjades insamling av åsikter och perspektiv hos brukare och besökare/kunder för att skapa en bild över hur natur- och kulturvärden värdesätts av konsumenter och hur de synliggörs av producenterna och därmed vad det fanns för utvecklingspotential.

Under den mellersta delen av projektet så arbetade vi främst med att bearbeta insamlade data och olika typer av förmedling. Vi utvecklade också i samspråk med brukarna projektets två fördjupningsworkshopar. Idén där var att man genom de tre genomförda workshoparna skulle kunna fördjupa kunskapen hos såväl workshopdeltagarna som projektgruppen. Vi har också valt att sprida erfarenheter från projektet genom att omvandla resultaten till svenska och norska fackartiklar, föredrag, via bloggen och internetsidor samt i populärvetenskapliga och vetenskapliga uppsatser.

Under den avslutande perioden av projektet fortskred arbetet att bearbeta och sprida insamlade data, men också att säkerställa att tankegångarna i projektet ska kunna leva vidare även efter projektets slut. Vi arbetade därför särskilt med att sammanställa tre böcker om fäbod- och utmarksbrukets historia, kulturlandskap och natur- och kulturlandskap. Dessa skrevs på svenska, norska och engelska för att nå ut till brukarna, allmänheten och myndigheter. Dessutom färdigställdes en affärsutvecklingsmanual för fäbodbrukare och mathantverkare. Manualen innehåller konkreta verktyg och förenklade metoder för att arbeta med att stärka lönsamheten inom fäbodbruket och mathantverket med utgångspunkt från de specifika resurser som produktionen bygger på. Exempelvis kan producenterna konkret dra nytta av produkternas gastronomiska egenskaper men också deras koppling till natur- och kulturmiljön för att därmed skapa förutsättningar för en bättre ekonomi i företaget. Dessutom färdigställdes en terroirhandbok för Västernorrland i syfte att visa hur man kan visa upp en regions värden.

### Oppnådda resultat:

#### **Planlegging/administrasjon:**

Svensk prosjektleder og norsk prosjektansvarlig deltok på «Utbildningsdag for nye prosjekter i Åre 25 August 2016. Det er dessuten gjennomført mange planleggingsmøter mellom CBM, Södertörns Högskola, NIBIO og Proneo AS under prosjektet. Møtene har delvis foregått via Skype og delvis via ordinære møter. Det er diskutert kursopplegg med Proneo AS, og det er utarbeida utkast til kontrakter for gjennomføring av slike kurs. Såväl CBM som NIBIO har utviklat avtal för samverkan med Proneo AS inom projektet och hur deras inslag i kurserna skulle vara. Tidigt under projektet har också en del arbete ägnats åt att utveckla våra administrativa rutinerna i relation till de nya redovisningssystemen.



Projektekonomerna vid CBM, NIBIO och Södertörns högskola har haft en central roll i ekonomirapporteringen.

Vi genomförde en workshop 19–20 april 2017 i Östersund för att få brukarnas perspektiv på hur projektet bäst skulle kunna läggas upp och vilka frågeställningar som var viktigast företagsmässigt för brukarna. Resultatet blev en beskrivning av vad som skulle vara värdefullt att arbeta med rent praktiskt inom projektet och vad som skulle vara särskilt lämpligt att ta upp på den planerade workshopen. Denna process ledde fram till sommaren's fältarbete och upplägget på den workshop som kom att genomföras 28–30 november 2017 på Austkil i Stjørdal. Vilken i sig ledde fram till förslaget för arbetet under följande år samt upplägget för en ny workshop som gick av stapeln 12–15 april 2018 i Hede. Idén med workshoparna var att inleda med en frivillig repetition av lärdomarna och metodiken från de tidigare workshoparna och sedan utveckla och fördjupa frågorna i den senare delen av workshopen. På så sätt möjliggjordes att vi hela tiden kunde inkludera nya brukare i workshoparna samt tillföra ny kunskap också till de som hade varit på tidigare workshopar. Projektets sista workshop genomfördes 27–29 november 2018 återigen på Austkil.

Inom ramen för projektet anordnades också en mängd andra aktiviteter, såsom presentationer vid egna och andras seminarier, workshops och konferenser vilket beskrivs mer ingående nedan i kronologisk ordning.

Projektet skulle egentligen ha avslutats under mars 2019, men relativt sent fick vi beskedet om ett halvårs förlängning på grund av sjukfrånvaro, så innehöll period 6 en del administrativa oklarheter då vi inte med säkerhet visste när projektet skulle avslutas. Arbetet inriktades dock på såväl de administrativa delarna som arbete med att säkerställa ett antal slutprodukter som har förutsättning att leva vidare i framtiden och då fortsätta att gynna brukarna. Målet var att innan projektet tog slut ge ut två böcker; en bok på svenska som beskriver fäbodbruket och utmarksbetet utifrån ett i huvudsakligt svenskt perspektiv men med norska inslag och beskrivningar, och en bok på norska med ett omvänt fokus så att de norska särdragen belystes. På så sätt avsåg vi skapa både en stolthet bland brukarna själva och en ökad förståelse av de värden som ett aktivt fäbod- och utmarksbruk bidrar till att bevara. I tillägg till detta kan det bidra till en ökad betalningsvilja hos allmänheten. Eftersom vi fick en förlängning av projektet så kunde vi också göra en översättning av den "svenska" fäbodboken till engelska för att skapa bättre förståelse också hos internationella besökare och konsumenter. Parallellt pågick arbetet med att sammanställa andra slutprodukter från de olika insatsområden inom ramen för projektet.

### ***Forslag til sammensetning av referensgrupp:***

Vid projektets tillblivelse så planerades det för en referensgrupp med medlemmar från såväl den svenska som den norska sidan. Avsikten var att ha en informell rådgivande referensgrupp knuten till projektet, men vi valde istället att på ett närmare sätt knyta workshopdeltagarna närmare till planeringen av projektet. Därmed blev projektet mer deltagarstyrt och rådgivningen mer direkt relevant för de som deltog i projektet. I inledningen av projektet blev Siv Beate Eggen från Norsk seterkultur och Vegard Vigenes från Bonde- og småbrukerlaget till att ge konkreta råd till projektledaren. På svensk sida fyllde Pauline Palmcrantz och Olle Berglund från Föreningen Sveriges Fäbodbrukare (numera Förbundet för Svensk Fäbodkultur och utmarksbruk) motsvarande funktion. Visserligen hade det varit värdefullt också med en «formellare» referensgrupp, men diskussionerna i en sådan hade troligen legat på ett mer abstrakt plan än det nu blev. Vi bedömer att denna lösning blev mycket lyckad och fungerade som en direkt brukaråterkoppling på verksamheten.

### ***Befaringer***

I tillknytning till utbildningsdagen för nye prosjekter i augusti 2016, ble det gjennomført ei gemensam befarung til Ottsjø i Jämtland for å se på tilrettelegging av turstier, tilgangen på lokale matprodukter i den lokale butikken, potensiale for videre utvikling med mere. Under sommaren 2017 har också andra fältresor och kontakter med avnämare genomförts, bl.a. genomfördes på svensk sida en rundresa genom fäbodbältet med särskilt fokus på naturbetesmarker, landsbygdsutveckling och marknadsföring av produkter. Också på norsk side ble det gjennomføre feltbefaringe til prosjektdeltakere i Oppdal, Snåsa og Stjørdal, hvor all ble gjort registreringer av artsrike kulturmark og gjennomført intervjuer.

### ***Arbete kring mervärdesskapande***

**Metod för sensorisk bedömning av livsmedel:** Under oktober–november 2016 utvecklades underlaget för den sensoriska övningen genom vilken en förenklad metod för sensorisk bedömning

och beskrivning av produkter sprungna ur biologiskt kulturarv utvecklades. Resultatet presenterades under den första workshopen för producenter och andra projektdeltagare.

**Initiering av kundundersökning:** Under februari månad 2016 initierades första steget i en kundundersökning i syfte att ta reda på vad det är som kunderna vill betala för, samt hur kunderna ser på biologiskt kulturarv och om de är intresserade av att betala mer för det biologiska kulturarvet. Resultatet av denna initiala undersökning presenterades för fäbodbrukare och projektdeltagare i Östersund i april 2017 som underlag för en fullskalig kompletterande undersökning bland kunder på fäbodvallar under juli 2017. Arbetet utfördes av Chloe Girard under ledning av Paulina Rytkönen och Håkan Tunón. Også på norsk side ble det sommaren 2017 gjennomført en parallell kundeundersøkelse på Oppdal og i Snåsa. Bolette Bele stod før denne undersøkelse.

#### Undersökning av hur företagen beskriver det biologiska kulturarvets

**Koppling till osten/produkten:** Under januari–juni 2017 kartlade Chloe Girard, student på Södertörns högskola, hur fäbodlar/företag gestaltade och förmedlade kunskap om biologiskt kulturarv. Girards undersökning omfattade även hur myndigheter förmedlade kunskap om det biologiska kulturarvet. Syftet med denna aktivitet är att kunna ta fram underlag för förbättring i kommunikationsstrategi och innehåll i kommunikationen hos både producenter och myndigheter. Undersökningen har baserats på hantverksmässig ostproduktion som bygger på samarbete i naturbetesmarker. Den slutliga och fullständiga rapporten med Chloe Girards arbete kommer att publiceras under september 2016. Arbetet genomfördes under ledning av Paulina Rytkönen och Håkan Tunón.

**Deltagande i SM-i mathantverk:** Under 7–8 oktober 2016 deltog Paulina Rytkönen i SM i mathantverk som jurymedlem i syfte att knyta kontakter med tävlande mathantverkare/fäbodlar för företaget. Deltagandet syftade också till att fånga upp viktig information och kunskap avseende produktkvalitet och värdeskapande.

**Brukarworkshop:** Den 19–20 april 2017 genomfördes en workshop i Östersund. Ett dussin brukare från Sverige och Norge samlades och diskuterade biologiskt kulturarv, traditionellt mathantverk, sensoriska bedömningar av livsmedel samt hur projektet borde utvecklas under de närmaste åren.



*Några av de uppmärksamma deltagarna på workshopen.*

**Metod for sensorisk bedømming av livsmedel:** Under projektets inledningsfas utviklades metodik for hur sensoriska bedømmingar og beskrivningar av produkter sprunget ur biologisk kulturarv kan gjennomføres. I samband med workshopen i april 2017 etterfråget brukerne mer kunnskap og erfaringer av hur dette kan anvendes i relation til konsument. Under andra perioden av projektet utviklades dette arbeidet ytterligere i syfte att kunna appliceras fullt ut på kulturlandskapets produkter i samband med efterfølgende brukarworkshop i november 2017.

**Biologisk kulturarv og tradisjonell kunnskap** og hur dessa frågor hanteras internationellt og nasjonellt utifrån FN:s Konvention om biologisk mangfold var foremål for en workshop i Ramshytta utenfor Örebro 2016. Deltagarna på workshopen var representanter for brukarforeningene Familiejordbrukene, Foreningen Sveriges Fåbodrbrukare, Småbrukene, Naturbrukene, Nordbruk og Skärgårdarnas riksförbund. Syftet med medverken var tvåfald att dels informera om läget for det nasjonella gjennomforandet av de internasjonella forhandlingsresultatene og dels att lyfte fram det biologiska kulturarvet og den tradisjonella kunnskapen som en mervärdeesskapare for brukeren i kontakt med konsumenter. Dette var også en del av temat for den kombinerte biosfärsområdesdagen og fåbodrøksdagen "**Kulturarvet: en nyckel till framtiden – kan utmarksbruk bli framtidsbruk?**" som hölls utenfor Edsbyn den 16 september 2017.

#### **Feltbefaringer og kartlegging hos brukere**

Det ble mange flotte og interessante feltbesøk hos brukere både i Oppdal, Stjørdal og Snåsa i løpet av sommeren 2017. Spennet av produksjoner blant brukerne var mangfoldig og interessant å koble opp mot problemstillingene i prosjektet. I tillegg til å intervju brukerne om deres driftssystem og produksjon, ble det gjort ei kartlegging av det biologiske mangfoldet og beiteressursene som produksjonen er basert på. Hos enkelte av brukerne i prosjektet hadde vi allerede gjennomført nødvendige feltbefaringer og registreringer tidligere år.

#### **Eggensetra i Snåsa**

På Eggensetra i Snåsa er det tradisjonell seterdrift med melkeproduksjon og kafedrift. Det produseres ulike typer ost og rømme. Beitearealene er svært artsrike, og det ble registrert mange karakteristiske kulturmarksplanter. Fortsett seterdrift med dyr på beite bidrar til å sikre landskapsverdiene her for framtida. Bruker har signalisert ønske om å kunne utvikle en natur/kultursti i tilknytning til setra, slik at besøkende kan bli bedre kjent med seterdrifta og hvilke kvaliteter den bidrar til å opprettholde. Både Proneo og NIBIO deltok under befaringen.



*Tradisjonell seterdrift med melkekyr og osteproduksjon på Eggensetra.  
Foto: B. Bele/NIBIO.*

#### **Klipvollen i Hegra**

Klipvollen i Hegra er en gammel, nedlagt setervoll som ligger nært Forra naturreservat i Stjørdal. Til tross for at det er lang tid siden vollen var i bruk (siste gang der ble slått var på 1930-tallet) ble det registrert en rekke kulturmarksarter her. Det store antallet rydningsrøyser som ble registrert vitner om den tida vollen ble rydda. Det ble gjort ei naturtypeavgrensning av vollen og kartlegging av det biologiske mangfoldet. Bruker har planer om å restaurere den gamle setervollen og utvikle ulike opplevelses-aktiviteter i tilknytning til den. Kartlegginga legger grunnlaget for planlegginga av restaurering- og skjøtselstiltakene og vil sendes Miljødirektoratet for registrering i Naturbase.





*Fra den gamle setervollen Klipvollen i Stjørdal. Foto: B. Bele/NIBIO.*

### **Fagermyr gård i Oppdal**

På Fagermyr gård i Oppdal er det produksjon av kjøtt, ull (garn) og skinnfeller basert på gamle saueraser (gammelnorsk spelsau, grå Trønder). Noe av produksjonen er også basert på Norsk Kvit sau. Produksjonen er basert på store og dels artsrike innmarks- og fjellbeiter, og bidrar til å opprettholde det biologiske mangfoldet i disse arealene.



*Produksjon av kjøtt, skinn og ull fra gamle saueraser på Fagermyr Gård i Oppdal. Foto: B. Bele/NIBIO.*

### **Vindalen gård på Lønset**

På Vindalen Gård i Lønset er det sauehold basert på Norsk pelssau. Det produseres kjøtt og skinnfeller, og gården er nå under omlegging til økologisk drift. Innen 2018 vil de også bygge opp noe storfehold basert på utrydningstrua storferaser. Beitearealene ved gården er svært artsrike og viktige å ta vare på ved fortsatt beitedrift. Også fjellbeitene hvor sauene slippes er kalkrike med et stort artsmangfold. Brukerne er i oppbygginga av sin produksjon og ønsker å utvikle ulike tilbud knytta til natur/kultursti, undervisning med mere. De ønsker å ta vare på artsrike beitearealer som nå delvis er under gjengroing.



*Norsk pelssau på artsrike beiter legger grunnlaget for produksjon av kjøtt og skinnfeller på Vindalen gård, Lønset. Foto: B. Bele/NIBIO.*

### **Beitlandet i Stjørdal**

De artsrike slåttemarkene på Beitlandet har blitt kartlagt av NIBIO i flere omganger de senere årene. Derfor ble det ikke gjort ei ny befarings i 2017. Produksjonen er basert på artsrike slåttemarkar (svært verdifull, A-verdi) og innmarksbeiter. Det er ammekyr av den tradisjonelle rasen Sidet Trønder og Nordlandsfe samt Hereford på gården. I dag selges det livdyr og slaktedyr, samt ge kjøttprodukter for salg, samt tømmer og ved fra skogen. I tilknytning til slåttemarkene arrangeres det også åpne slåttedager og humledager. Brukerne ønsker på sikt å kunne leve av naturressursene på gården, ved å utvikle og lage egne matprodukter, men også ved å tilby produktpakker innen reiseliv.



*Artsrike slåttemarkar  
tas vare på ved tradi-  
sjonell slått på Beit-  
landet i Forradalen.  
Foto: B. Bele/NIBIO.*

### **Befaring for å vurdere biologisk mangfold**

Den 6 oktober 2018, ble det gjennomført befarings hos en av deltakerne i prosjektet (Paul Gjervan). Gården ligger på Saksvik i Malvik kommune, hvor det produseres kjøtt fra villsau og honning. Formålet med befaringsen var blant annet å finne egnede arealar for utsåing av frøblandinger som vil favorisere ville bier og humler. I tillegg ble det gjort ei overordna vurdering av tilstanden til kulturmarkene, med tanke på å sette i gang restaurering og skjøtsel av kulturmarkene. Gjennom kulturlandskapet på Saksvik, går pilegrimsleia til Nidarosdomen og det er flere gravhauger i området. Området utgjør et lite, men helhetlig landskap som både har opplevelsesverdier og et kulturbetinget artsmangfold. Bruker vil gå vidare med tanke på å sette inn målretta tiltak som kan ta vare på disse verdiene.

### **Honningprodusenter**

I prosjektet hadde vi også med to honning-produsenter, som produserer ulike typer honning (villbringebeær honning, lyng honning, bivoks og tavlehonning). Disse produsentene har også sauehold og tilbyr et bredt spekter av produkter som skinnfeller av lam, villsau-kjøtt, villsau pinnekjøtt, fenalår av villsau, honningmarinert lammelår av villsau.

### **Undersökning av hur det biologiska kulturarvets koppling till produkter beskrivs:**

Under januari-februari 2017 initierades första steget i en kundundersökning i syfte att ta reda på vad det är som kunderna vill betala för, samt hur kunderna ser på biologiskt kulturarv och om de är intresserade av att betala mer för det biologiska kulturarvet. Under januari-juni 2017 kartlade Chloe Girard, student på Södertörns högskola, hur fäbodarföretag gestaltar och förmedlar kunskap om biologiskt kulturarv. Girards undersökning omfattade också hur myndigheter förmedlar kunskap om biologiska kulturarvet. Preliminära resultatet av denna initiala undersökning presenterades för fäbodbrukare och projektdeltagare på workshopen i



Östersund och sammanställdes sedan till en rapport. Arbetet har utförts av Chloe Girard under ledning av Paulina Rytkönen och Håkan Tunón. Denna del av arbetet låg också till grund för en kompletterande undersökning bland konsumenter i fält i juli 2017. Intervjuundersökningar genomfördes vid fäboden Svedbovallen samt under matfestivalen Moläta i Järvsö (se nedan). Även i Norge genomfördes intervjuer och enkäter med en motsvarande frågelista i Snåsa och Oppdal.



*Håkan Tunón från projektet och Märit Andersson från Svedbovallen intervjuas på stora scenen under matfestivalen Moläta i Järvsö.*

Den viktiga frågan som vi strävade efter att försöka besvara var varför konsumenter är eller skulle kunna vara intresserade av att betala mer för produkter som kopplar an till biologiskt och immateriellt kulturarv.



*Fäbodtallrik med blandade produkter.*

### Forbrukerundersøkelse

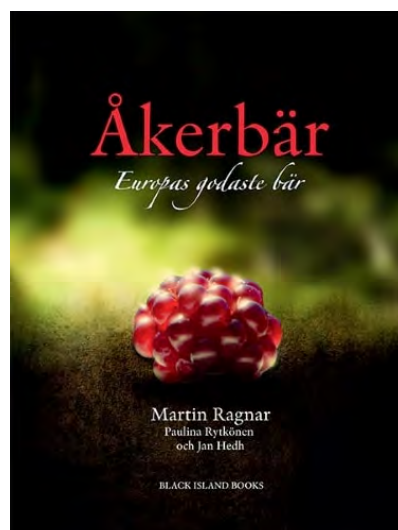
De ble gjennomført en forbrukerundersøkelse ved Mathallen «Smak og behag» og «Bakeriet Sprø» på Oppdal, den 20 juli 2017. Både lokale kunder og turister stilte velvillig opp og svarte på spørsmålene, og vi fikk inn vel 50 svarskjema. Samme forbrukerundersøkelse ble også gjennomført på Eggesetra i Snåsa i juli-august. Dataene vil sammenstilles med den svenske forbrukerundersøkelsen og er under bearbeiding.



Spørreundersøkelsen ble blant annet gjennomført hos «Smak og Behag» og «Bakeriet Sprø» på Oppdal (på neste sida). Foto: B. Bele/NIBIO.

### Åkerbär – Europas godaste bär

Den 4 september 2017 publicerades boken Åkerbär – Europas godaste bär av Martin Ragnar, Paulina Rytönen och Jan Hedh. Arbetet med boken gav möjlighet att utveckla en förenklad sensorisk analysmetod baserad på sensory grid med hjälp av vana sensoriker, kulinariska kockar och sommelier. Projektet bidrog också med en arena för att sprida kunskap om en del av det biologiska kulturarvet (vilda växter som är beroende av mänsklig aktivitet), samt hur dessa växter kan räddas och användas i värdeskapande. Boken uppmärksammades inom tävlingen "Årets måltidslitteratur", kategori råvaror och fick en silvermedalj. Boken utsågs också att representera Sverige i den prestigefyllda tävlingen Global Gourmand Awards.



### **Fäbodifieringen**

Den 5 december 2017 presenterades första delen av varumärkesanalys av fäbodar genom arbetet "Fäbodifiering, Om varumärkesskydd av det generiska begreppet "fäbod". Detta är en av grunderna till den affärsutvecklingsmanual som publicerades i slutet av projektet. Rapporten och analysen genomfördes i huvudsak av två studenter från Södertörns högskola, Sofia Portström och Mårten Thorslund tillsammans med Paulina Rytkönen.

### **Finska mästerskapen i mathantverk**

Deltagande i finska mästerskapen i mathantverk 21/3 2018 i Ekenäs. Paulina Rytkönen blev inbjuden som inledningstalare och presenterade arbetet med framtagning av affärsutvecklingsmanual. Resekostnaden betalades via ett annat projekt".

### **Deltagande i "Klimat-kultur: Klimatförändringarnas påverkan på kulturlandskapet"**

För projektets räkning deltog Håkan Tunón (CBM) som föreläsare på klimat-kulturkonferensen som arrangerades av Riksantikvarieämbetet, Naturvårdsverket, Skogsstyrelsen, Sametinget, SMHI och Länsstyrelsen i Jämtlands län 21–22 mars 2018 i Östersund. Tunóns bidrag handlade om kopplingen mellan traditionell kunskap, utmarksbete, kulturlandskap och klimatförändringar. På vilket sätt har klimatförändringar påverkat traditionell kunskap och på vilket sätt kan traditionell kunskap och utmarksbete påverka effekterna av klimatförändringen.

### **Konferensen "Det nordsvenska kulturlandskapets framtid"**

Interreg-projektet var även medarrangör i konferensen "Det nordsvenska kulturlandskapets framtid" som ble arrangerat i Östersund 19–20 april 2018 tillsammans med en mängd olika aktörer exempelvis Länsstyrelsen i Jämtlands län, Riksantikvarieämbetet, Nätverket Sveriges kulturlandskap och Förbundet svensk fäbodkultur och utmarksbruk. Flera olika teman från projektet presenterades under konferensen: Håkan Tunón (CBM) bidrog med föredraget "Det nordsvenska kulturlandskapet: vilka är värdena?" och Bolette Bele (NIBIO) med föredraget "Biologiske verdier og terroir". Konferensen samlade något nittiototal deltagare från myndigheter, brukarorganisationer och andra intressenter och föreläsningar varvades med diskussioner och gruppdiskussioner.

Konferensen resulterade i en rapport som skickades ut till konferensdeltagarna samt det svenska regeringskansliet och flera centrala myndigheter.

*Nästa sida: Bilder från konferensen. Uppifrån från vänster: Tomas Kuhmunen (Sametinget), Fabian Mebus (Riksantikvarieämbetet), Tomas Ljung (fri konsult), Ninni Nordlund & Eva Karlsson (Länsstyrelsen i Jämtlands län), Yngve Rekdal (NIBIO), Torsten Laxvik (företagare), auditoriet, Tor Norrman (Skärvången) & Bodil Cornell (Eldrimner), auditoriet funderar och diskuterar framtidslösningar.*





### Klimatförändring, torka och utmarksbete

Under sommaren 2018 var det osedvanligt torrt i skog och mark vilket påverkade såväl betes- som foderproduktionen i bägge länderna. Generellt sett kan man dock konstatera att de som betar utmarken hade en större beredskap i fodertillgång eftersom det är större variation av biotoper på utmarken än i en mer begränsad betesmark. Detta föranledde att Tunón skrev ett pressmeddelande som kopplade an till traditionell hävd och hållbarhet samt medverkade i intervjuer i flera program i Sveriges Radio.



### Grönt kulturarv och entreprenörskap

Projektet har under perioden även samverkat med företaget Knytkraft i ett Jordbruksverksstöttat projekt om företagarkurser om grönt kulturarv, fäbodar, mathantverk och innovationskraft. Idén med denna samverkan är att sprida resultat och information från interreg-projektet till relevanta företagare och därmed dra nytta av de två parallella processerna. Projektet deltog därför i en kombinerad exkursions- och föreläsningstur i Jämtland i början av september 2018. Tillsammans med representanter från fem småföretag inom betesdrift och mathantverk besöktes fäboden Myhrbodarna i Valsjöby, ett regenerativa jordbruket i Skärvången och därefter företaget Slaktarn i Halåsen för ytterligare diskussioner och reflektioner om hållbar turism, livsmedelsproduktion och landsbygdsföretagande. Det var den första av 5–10 kursträffar som planeras inom det projektet och interreg-projektet kom att medverka på ytterligare en av dessa i Järvsö i oktober 2018.



Några bilder från exkursionen om fäbodbruk och mathantverk.



## 25–26 oktober 2018 – Workshop om måltidsturism i Järvsö

Projektet medverkade på en workshop i samverkan med företaget Knytkraft i ett projekt stöttat av Jordbruksverk rörande företagarkurser om grönt kulturarv, fäbodlar, mathantverk och innovationskraft. Denna gång genomfördes en tvådagars temadag i Järvsö med temat måltidsturism. Ett tjugotal företagare och andra intressenter deltog i diskussionerna och Tunón presenterade projektets fokus på biologiskt kulturarv och kopplingen till mervärdesskapande åtgärder.



Urban Laurin inledde med reflektioner om måltidsturism och Eva Magnusson från Skogens Sköna Gröna AB berättade om sitt företag som har gjort succé med olika produkter smaksatta med granstrunt.

Foton: Håkan Tunón, CBM.

## Workshop i Austkil – 7–29 november 2018

I slutet av november genomfördes den fjärde regelrätta brukarworkshopen inom ramen för Interreg-projektet, tidigare har det alltså genomförts i Östersund (19–20 april 2017), Austkil (28–30 november 2017), Oltjärn (12–15 mars 2018) och nu igen i Austkil (27–29 november 2018). Avsikten var att dessa workshoppar byggde på varandra i syfte att de deltagande brukarna skulle kunna utveckla sina företag och därmed skapa bättre förutsättningar för sin virksomhet. Under den siste workshopen i Austkil så var programmet ännu mer fokuserat på marknadsföring och kundkännedom en tidigare och genomfördes tillsammans med företagskonsulten Proneo A/S. Det ble også satt fokus på formidlings-produktene fra prosjektene, og vi ba om innspill i forhold til det som var under planlegging. Totalt hadde vi 15 deltakere under workshopen, fire svenske og elleve norske. Mange av deltakerne har deltatt på flere av workshopene, men denne gangen hadde vi også med en ny bruker og en student i turismvetenskap. De fleste deltakerne var næringsutøvere, men også MatNavet Mære deltok med en representant under første del av workshopen.

Vi startet workshopen med at deltakerne gav en gjennomgang og en oppdatering av hva som har skjedd i deres virksomhet siden siste samling. Flere hadde gått videre med å utvikle produktene sine og noen jobbet også med å utvikle opplevelsestilbud rettet mot turister. Produkter med lokal smak, utnytting av utmarksbeiter, biologisk mangfold og det å holde kulturlandskapet i hevd ble nevnt som viktige årsaker til å utvikle denne typen småskala produksjon. Det ble gode diskusjoner og utveksling av erfaringer knyttet både til tidsklemma, prissetting og markedsføring.





Bilder från workshopen i Austkil. Foton: Håkan Tunón, CBM.

Dag to av workshopen ble i stor grad viet til markedsføringen av produkter, med Vigdis Halvorsen fra Proneo som ansvarlig. Markedsføring er en krevende jobb for enkeltbrukere, som har fullt opp med dyrestellet, produksjonen og ofte også deltidsjobber utenfor gården. Det ble gitt mange gode eksempler på hvordan man kan klare å rette seg mot de forbrukerne man faktisk ønsker å nå. Det ble diskutert og utvekslet erfaringer underveis. Om kvelden fikk vi besøk fra Kilnes Gård i Hegra, som nettopp hadde åpnet en selvbetjent melkeautomat for salg av melk på flasker (<https://kilnesgard.no/melkebua/>). Vi fikk høre om hvorfor de valgte å satse på en slik melkeautomat og nytten de har hatt av profesjonelle til å designe melkebua og flaskene. De la ikke skjul på at de store tekniske utfordringene de møtte på i oppstarten var svært krevende å håndtere. Videre fikk vi høre om hvordan salget hadde utviklet seg og gitt mulighet for å jobbe heltid ved gården. Alle deltakerne under workshopen besøkte melkebua før de dro hjem.



Melkeautomaten vid Kilnes gård. Foton: Bolette Bele, NIBIO

Mot slutten av dag to hadde vi en bolk med fokus på skjøtsel av verdifulle kulturmarker. I og med at mange av deltakerne driver et ekstensivt og småskala jordbruk, er disse kulturmarkene selve grunnlaget for produksjonen av mat med lokale egenskaper. Ved fortsatt aktiv bruk (slått, beiting med mere) vil også de biologiske verdiene tas vare på. Det er dessuten knyttet mye tradisjonskunnskap både til landskapet og plantene. Ved å hente fram deler av denne kulturarven, kan den bidra til å styrke den lokale identiteten og samtidig inngå i historia til maten som produseres. Som en avslutning på denne bolken ble det også jobba med "de tio budord", etter ønske fra fäbodbrukare i Sverige. Bakgrunnen for dette er at mange der opplever at folk ikke vet hvordan de skal oppføre seg i møtet med dyr, der det produseres mat och i en privat miljö som ändå i många fall är publik.

Tredje og siste dag satte Proneo fokus på salg og effektiv markedsføring, prissetting og kalkyler. Mange av deltakerne synes prissetting er noe av det vanskeligste de må gjøre, og generelt virka det som om de fleste hadde en tendens til å legge seg lavt i pris. Denne delen ble gjennomført ved en presentasjon av eksempler, generelle diskusjoner i gruppa og individuell veiledning til enkeltbrukere.

### **Forollhogna-konferansen 28 januar 2019**

Forollhogna-konferansen er en årlig konferanse arrangert av Nasjonalparkstyret for Forollhogna i samarbeid med Trøndelag Fylkeskommune, Hedmark Fylkeskommune og Holtålen kommune. Konferansen ble gjennomført i Ålen den 18 januar 2019, og hadde 120 deltakere (gårdbrukere, kommuner, fylkesmannen, SNO, forskningsinstitutter). Bolette Bele var invitert til å presentere Interregprosjektet og holdt et times langt foredrag. I foredraget ble det gitt ei oppsummering av verdiene i fjellet og utmarka, som grunnlag for å forstå helheten i landskapet: fysiske spor som vitner om tidligere bruk (som gjerder og rydningsrøyser), biologisk kulturarv (kulturbetingede naturtyper og arter), og immateriell kulturarv (tradisjoner, kunnskap og ferdigheter). Videre ble det gått nærmere inn på hva man bør ta vare på i slike store landskap, og hvordan man eventuelt bør prioritere. For å trekke sammenhengene mellom landskapet, det biologiske mangfoldet (beiteplantene), beitedyra og matkvaliteten, ble det vist resultater fra GPS-sporinger av melkekyr og valg av beiteplanter. Begrepet "terroir" ble diskutert, og det ble gitt eksempler på lokal kunnskap som kan være til nytte også i framtida.

### **Grönt kulturarv och sensorisk affärsverksamhet**

Den 6 mars 2019 deltog Tunón och Rytönen i workshopen ”Det gäller livet, vårt gröna kulturarv” som organiserades av Kålrotsakademien tillsammans med Centrum för Biologisk Mångfald och Kungliga Skogs- och Lantbruksakademien. Under workshopen spreds kunskap om projektets resultat till deltagare från hela landet och myndighetsrepresentanter (t.ex. Landsbygdsdepartementet, Jordbruksverket och Riksantikvarieämbetet)

### **Nordisk kulturlandskap – Skjøtselkurs 26.-27. juni 2019**

Den 26. Og 27. juni deltok Bolette Bele med føredrag om skjøtsel av helhetlige kulturlandskap under Nordiska kulturlandskap sitt møte på Røros. Det var godt 40 deltakere fra forvaltninge (Miljødirektoratet, SNO, Fylkesmannen, kommunerne), konsulentbransjen, Landsbruksrådgiver, Norsk seterkultur, museer og aktive bønder tilstede. Dag to av kurse hadde fokus på praktiske tiltak i seterlandskapet.

### **Boken ”Fäbod: naturen, kulturen och kulturlandskapet”**

För att göra tankegångarna i projektet mer allmänt tillgängliga och sprida information om fäbodkulturens mångfald och det biologiska kulturarvet bundet till utmarksbete och traditionell hävd så väcktes tankarna på en populärt hållen bok. Detta arbetet inleddes på allvar i mitten av oktober med syfte att ha en tryckfärdig bok innan projektets slutdatum (2019-03-14). Därför utvecklades ett synopsis för vilka olika kapitel som borde vara med och vilka aspekter som skulle fördjupas i dem. Förslaget blev ett upplägg om cirka 150 rikt illustrerade sidor fördelade på sex kapitel:

- Fäbodbrukets historia
- Fäbodbrukets principer
- Fäbodbrukets livsmedel och andra produkter
- Det biologiska kulturarvet som skapas av fäbodbrukets hävd av markerna
- Det immateriella kulturarvet
- Hur ser nutiden och framtiden ut?

Målet var att under cirka tre månader skriva ihop ett manus och sammanställa ett rikt och varierat illustrationsmaterial, så att man skulle kunna trycka boken före projektets ursprungliga slutdatum. Eftersom Håkan och Bolette har arbetat med fäbodfrågor under flera decennier så kunde vi ganska snart sammanställa material och komplettera för att skapa en text som allsidigt beskriver fäbodbrukets olika aspekter. Intentionen var att skapa en bok som kunde publiceras på svenska respektive på norska, dvs två böcker. Under perioden fick vi dock en förlängning av projektperioden så vi valde att först färdigställa en bok på svenska där huvudfokus var på svenska förhållanden men med många och omfattande inblickar i norska förhållanden. Därefter bearbetades boken om samtidigt som den översattes till norska och då hade ett huvudfokus på norska förhållanden fast med inblickar i svenska situationen. Eftersom projektet förlängning godkändes till den 14 september 2019 kunde vi påbörja arbetet parallellt men behövde inte längre färdigställa dem samtidigt. Den svenska boken ”Fäboden: naturen, kulturen och kulturlandskapet” kom från tryck i mars och den norska ”Seterlandskapet: Historien, naturen og kulturen” i september. Dessutom kunde vi även genomföra en lätt internationellt bearbetad översättning till engelska ”Fäbod and seter: Summer farms on the Scandinavian Peninsula” som också publicerades i september.

Fäbod-/seterböckerna kommer att spridas tillsammans med fäbod-/seter-rörelsen, dvs. flera svenska fäbodföreningar och Norsk seterkultur till alla möjliga relevanta intressenter i syfte att skapa en större förståelse för fäbodbrukets värden och villkor i enlighet med projektets grundtanke. Detta gör dessutom att det finns även långsiktigt finns en förutsättning för att synliggöra dessa produkters mervärde även långt efter projektets avslutande. Även om den största delen av upplagan av den svenska och den engelska versionen av boken har skänkts



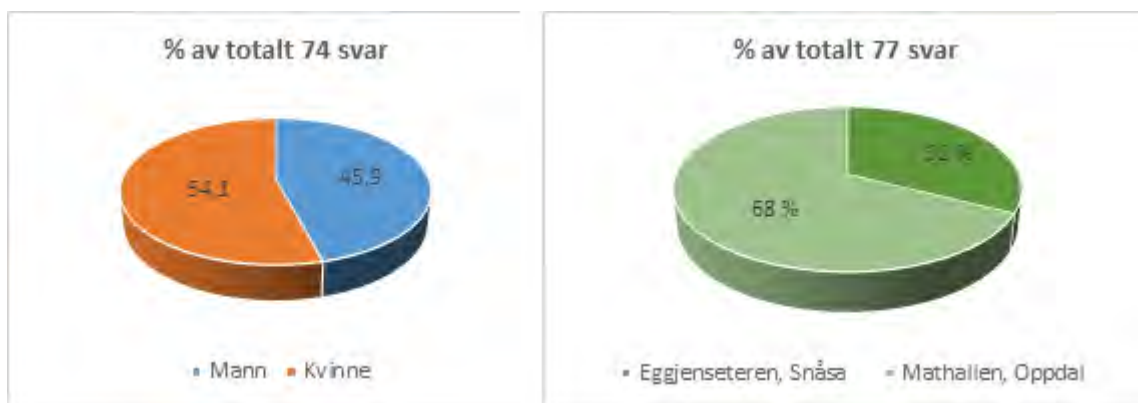
till fäbodrörelsen i Sverige och till viss del Norge i syfte att skapa marknadsföra deras arbete för att bevara fäbod- och seterarkulturen så saluförs de också av CBM via Förlagssystem. Priset är satt lågt för att främja så stor spridning som möjligt men samtidigt också lågsiktigt balansera för kostnader för lagerhållning och gratisdistribution av böckerna även efter att projektet har avslutats.

Därutöver genomfördes en förstudie av Tomas Ljung inom ramen för projektet att utifrån samma tankesätt som i fäbodböckerna se på möjligheterna att synliggöra historia, kultur och produktion vid fjälljordbruk i vid bemärkelse. Detta ger möjlighet att ytterligare sprida projektets tankegångar i det geografiska området. Detta delprojekt behöver dock utvecklas ytterligare efter Interreg-projektets avslutande.

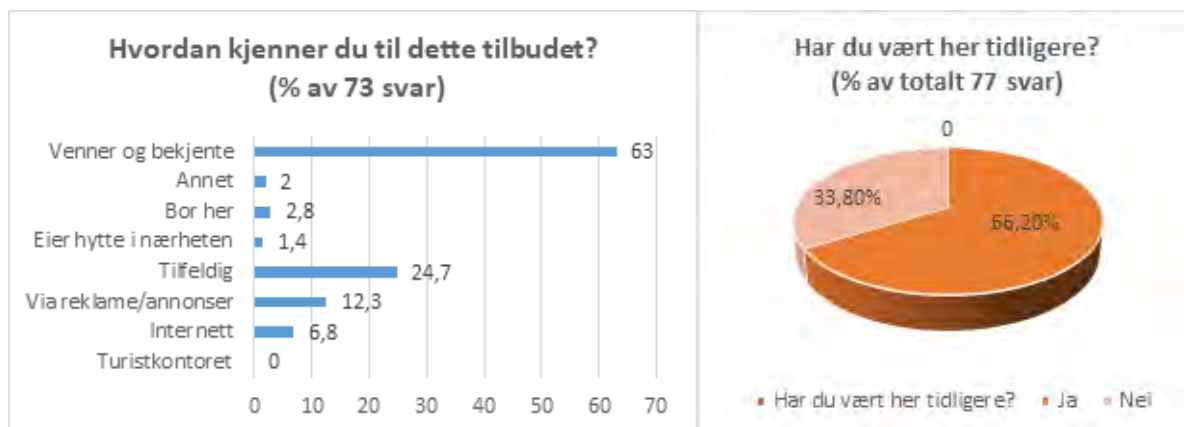
### Bearbeiding av data fra forbrukerundersøkelsen i 2017

Dataene fra den norske forbrukerundersøkelsen ble lagt inn i Google Forms, slik at de senere kan samkjøres og bearbeides sammen med tilsvarende svenske data.

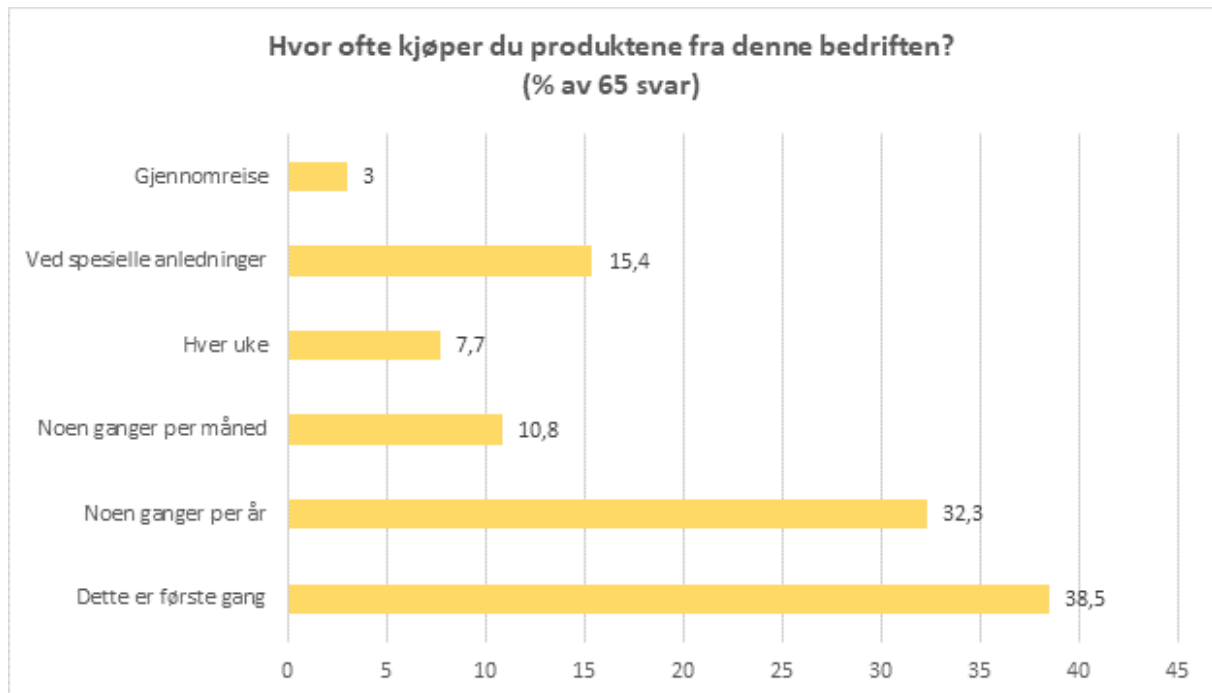
Undersøkelsen ble gjort ved Eggjenseteren i Snåsa og ved Mathallen Oppdal, i juli-august 2017. De foreløpige resultatene ble presentert under workshopen i november 2018, og bidro til å danne en bakgrunn for temaet om markedsføring og prissetting av lokale produkter som Proneo og Paulina Rytkönen hadde ansvar for. Nedenfor presenteres en del av resultatene fra undersøkelsen, som er basert på totalt 77 norske svar.



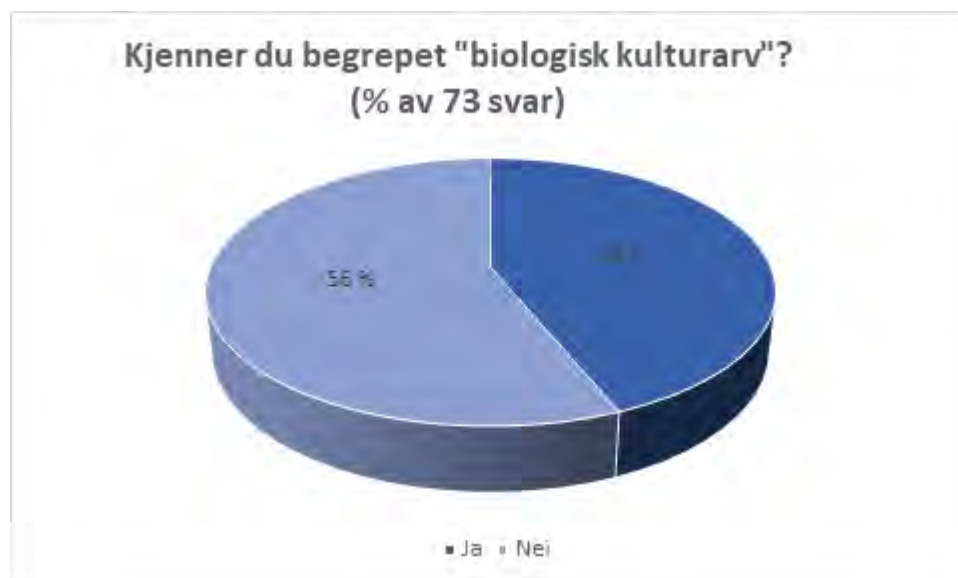
Av de norske svarene er 68 % fra Mathallen på Oppdal og 32 % fra Eggjenseteren i Snåsa (til høyre). Det var 45,9 % menn som deltok og 54,1 % kvinner (til venstre).  
 (til høyre) (til venstre)



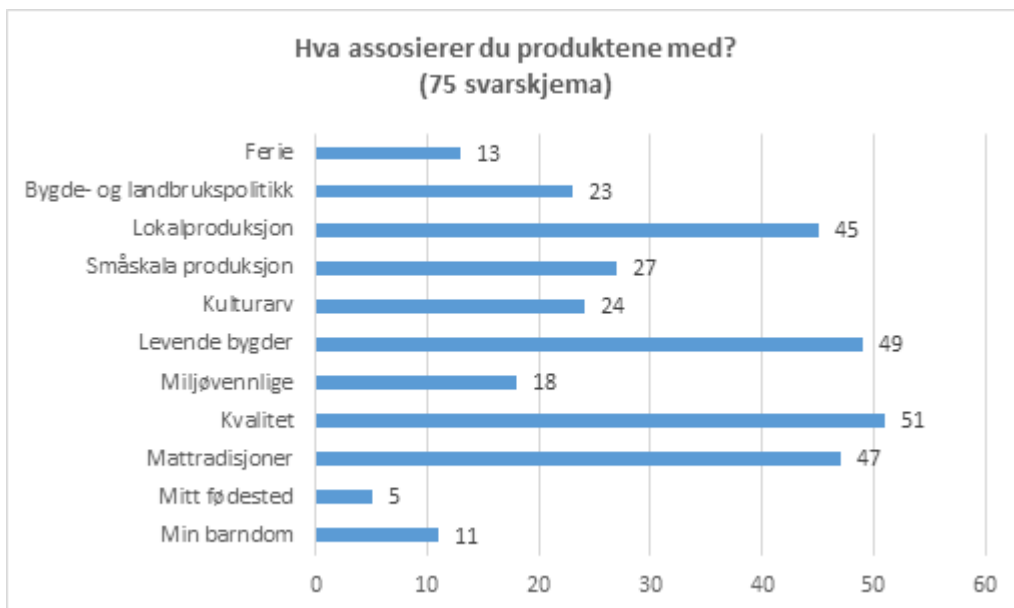
Resultatene viser at de fleste kundene som ble intervjuet hadde besøkt bedriften/stedet tidligere. Over seksti prosent av dem kjente til stedet via venner og bekjente.



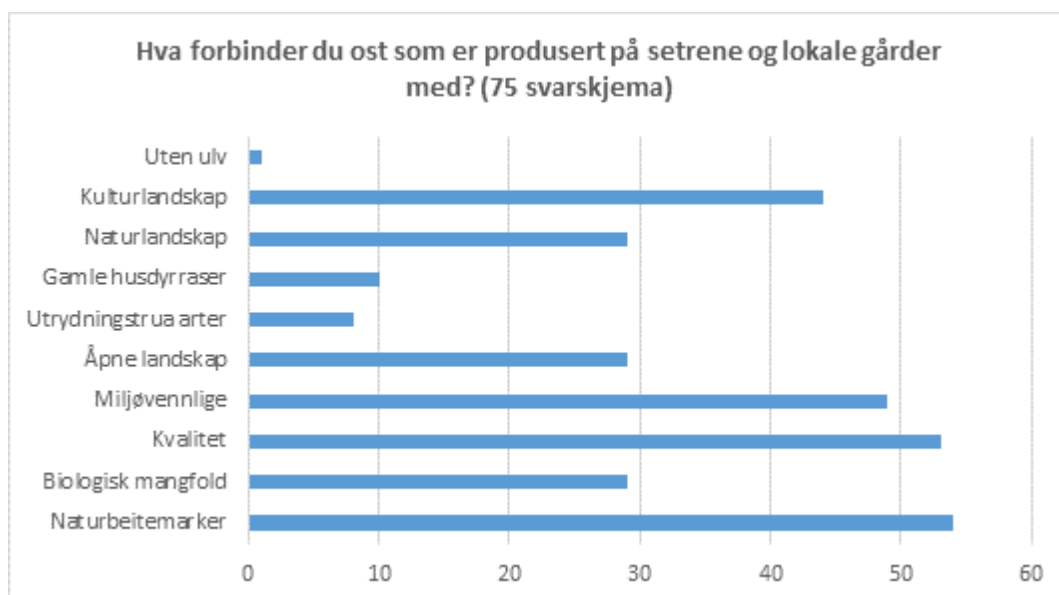
Resultatene viser at hele 38,5 % av de som ble intervjuet kjøpte produkter fra bedriften for første gang. Ellers viser diagrammet at 32,3 % kjøper produktene noen ganger i året, mens 15,4 % kjøper dem ved spesielle anledninger. Det var 10,8 % som kjøper produkter herfra noen ganger per måned.



I intervju-undersøkelsen spurte vi også om folk kjenner til begrepet "biologisk kulturarv". Svarene viser at vel førti prosent av dem gjorde det.



Resultatene viser at folk ofte assosierer lokale produkter med kvalitet, levende bygder, mattradisjoner og lokalproduksjon.



Resultater som viser hvilke verdier folk forbinder med ost som er produsert på setrene og lokale gårder.

### Aktivitet: Kombinerte mini-intervjuer/enkät till volontärer på svenska fäbodrar, 2017

Under sommaren 2017 genomförde Paulina Rytönen och Håkan Tunón en utökad enkät i form av mini-intervjuer med volontärer på svenska fäbodrar. Resultatet har sedan sammanställts, bearbetats och tolkats av Paulina Rytönen (främst under 2018).

Volontärer är en viktig och sällan inkluderad grupp när fäbodbruket tolkas, politiseras, m.m. Volontärerna består både av kunder, som är villiga att betala (men inte alltid behöver göra



det) för att få vistas på en fäbod och bidra till att bevara fäboddriften. Men de kan också bestå av människor och organisationer som delar ett gemensamt intresse eller målsättning med fäboden och som vill bevara hela eller delar av de aktiviteter som drivs i fäboden. De sistnämnda identifierades redan 2009 av FAO (Food and Agricultural Organization of the United Nations) där vikten av att inkludera strategiska allianser bortom bara kunder och leverantörer lyftes.

Undersökningen omfattade 12 volontärer. Målet med undersökningen är att ge direkt input till fäbodbrukarnas arbete med tjänsteutveckling genom s.k. "fäbodkurser".

Sammanfattning av de viktigaste delarna resultatet:

Hur får fäboden kontakt med volontärer?: Genom social media, genom "mun mot mun" (tidigare volontärer berättar), samt genom lokala organisationer som anser att det är viktigt att bevara fäbodbruket, t.ex. lokal hembygdsförening.

Återkommer volontärerna. Hälften hade varit på plats tidigare år, hälften var nya.

Varför väljer man att vara volontär?:

- Har sett på TV
- Har varit där som barn
- Ligger i närheten av där man bor/har stuga
- Har arvet i familjens kvinnor som historiskt vistades på fäbod på somrarna
- Vill leva det enkla livet
- Längtar efter djuren
- Älskar djuren
- Rolig sak att prova på
- Det bryter mot/är något helt annat än det man gör i sitt vanliga liv
- Det är en värdefull miljö (som man vill bidra till att bevara)

Var är viktigt för volontären? Vilka förväntningar har man?:

- Att det är/känns genuint
- Att få vara en del av verksamheten och inte en observatör. Engagemang.
- Att lära sig hur det var förr/kunskap.
- Tydlig information
- Vänligt bemötande
- Att man får kontakt med djur

Vad krävs för att man ska vilja betala för erfarenheten?:

- Lära sig att arbeta med djur
- Kurser i mjölkning, kulning, hantverk, mejerihantering, barnaktiviteter
- Lära sig mer om livsstilen, det enkla, det hårda, det roliga. ALLT.
- Övernattning

Hur ser volontären på fäbodbruket? Vad är viktigt?

- Stark koppling till fjällkon, getter och andra lantraser, samt alla andra djur som fanns/finns på fäboden
- Verksamhet som bedrivs i något slags historiskt förtecken, med anrika traditioner och som är etiskt producerat och med tanke på miljö, etc.
- Historiska traditioner.
- Dokumenterade processer från råvara/djur till färdig produkt - äkta och traditionellt.
- Bevarandet av allt som nämnts ovan.

### Aktivitet: Kundundersökning vid svenska fäbodar sommaren 2017

Under sommaren 2017 genomförde Paulina Rytönen och Håkan Tunón en utökad enkät i form av mini-intervjuer med besökare och kunder på svenska fäbodar och på en lokal mathantverksfestival. Resultatet har sedan sammanställts, bearbetats och tolkats av Paulina Rytönen (främst under 2018). Resultatet ligger till grund för arbetet med och inspiration för avsnittet "Fäbodbrukets och mathantverkets värdeerbjudande" i affärsutvecklingsmanualen som har utvecklats med utgångspunkt från detta projekt (se längre ner i rapporten).

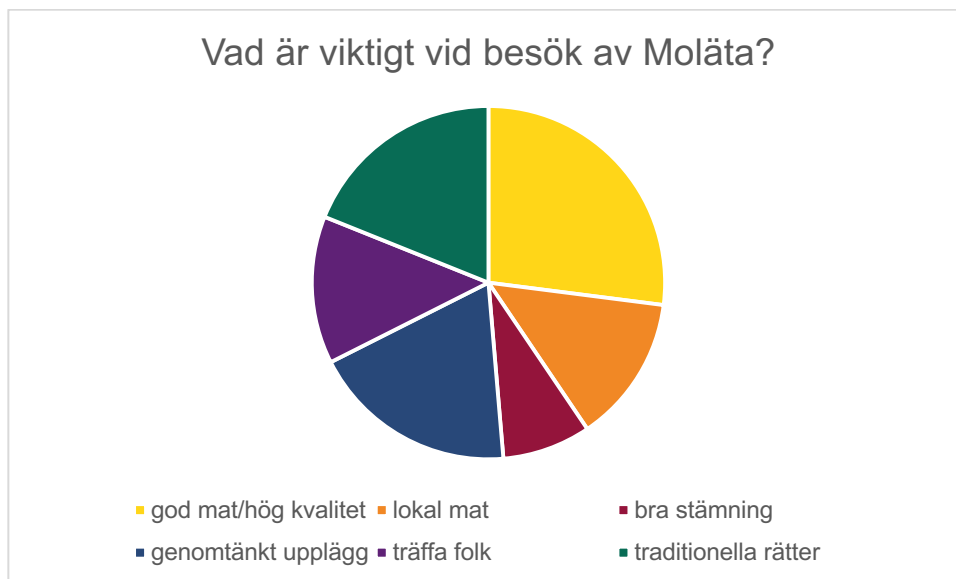
#### **Vilka är konsumenterna, besökarna, turisterna på fäboden? Vem köper fäbodprodukter?**

- Dagsbesökare
- Människor med intresse för djur
- Människor med intresse för traditionen
- Människor med intresse för naturen
- Volontärerna – bevarande av helheten, traditionen, folklöre, mm.

#### **Vad värdesätter kunderna på fäboden? Vad vill de ha? Varför är de intresserade av fäbodar och deras produkter?**

- Värden förknippade med produkten/platsen (produkterna, dvs ost, tjockmjölk, m.m., smak, utseende, trevlig plats, hög kvalitet, rent och snyggt i lokalen, m.m.)
- Post-moderna och miljömässiga attribut (känner producenten, lokalproducerat, ekologiskt, biodiversitet, miljövänligt)
- Territoriella/socio-kulturella attribut (fäboden, lantraser, lokala kulturtraditionen, minnen från barndomen, landskapet)
- Landsbygdsutveckling (levande landsbygd, företagsamhet, bevara samhällsservice, lokala hjältar)





**Företagets värdeerbjudande – vad vill/är konsumenterna, turister och dagsbesökare villiga att betala för på en fäbod?**

Resultatet visar att kunderna vill betala både för sådant som vid tidpunkten för enkäten var en del av den kommersiella verksamheten, dvs. något som fäbodbrukarna tog betalt för. Men det finns också en betalningsvillighet för en del som fäbodarna inte har kommersialiserat eller endast delvis kommersialiserat.

- Den kommersiella verksamheten:
- Faktiska produkter (ost, korv, fika, stickade strumpor)
- Tjänster (dagkurser, barnaktiviteter, konserter, mm)
- Inackodering/övernattning
- Besöksmål/attraktion
- Tillgång till djur (detta tar inte alla fäbodare betalt för)

Ikke kommersialiserade värden/tjänster/produkter som kunden är villig att betala för:

- Biologisk mångfald
- Öppna landskap
- Bevarande av lantraser
- Levande landsbygd
- Viss typ av landskap
- Bevarande av traditioner
- Emotionella värden (t ex att kunna klappa ett djur, att få sova på fäboden, att få en upplevelse)

Slutsats: Kunden är oftast villig att även betala för tjänster som synliggör och eller använder sig av det biologiska kulturarvet. I detta projekt har vi i huvudsak arbetat utifrån Business Model Canvas (standardverktyg för utveckling av affärsmodeller), men det skulle vara mycket värdefullt för fäbodbrukarna att i framtiden arbeta med tjänstedesign, där man involverar kunder i att utveckla produkter och tjänster. De enkäter projektet har genomfört är ett litet bidrag till att öka vår kunskap om vad kunden vill. Men tjänstedesign, där kunden aktivt bidrar till att utveckla produkter, tjänster och koncept utifrån de behov som kunden har är ett kraftfullt och träffsäkert verktyg för produkt- och tjänsteutveckling.



Här är några exempel på tjänster/produkter som skulle kunna utvecklas/utvecklats genom att ta tillvara på det som kunden värdesätter:

- Naturguidning genom "gör det själv"-principen. Kunden kan köpa en karta där olika värdefulla växter och platser som kunden själv kan gå runt och titta på. En sådan produkt bygger på att det biologiska kulturarvet kan definieras, beskrivas och platsbestämmas. Förslaget identifierades i interaktion med besökare på Svedbovallen i Hälsingland.
- Betala för besöket till fäboden. Att synliggöra möjligheten att betala för att besöka en fäbod, med en avgift som inte är avskräckande men som utgör ett bidrag till driften kan vara en bra inkomstkälla där fäbodbrukaren medvetandegör kunden om att de värden som omfattas och bärs upp av fäboden är värda att betala för. Man skulle kunna säga att detta är ett sätt att kommodifiera fäboden som koncept. Ett exempel är Mittjasvallen där en bättre placerad skylt, med en både fysisk och en elektronisk insamlingsbössa (via swish, samt en angiven stödsumma angavs i informationen. Detta ökade intäkterna från inträde till fäboden från några hundralappar per år till cirka 20 tusen kronor.

### Aktivitet: Fäbodbruket ur fäbodbrukarens perspektiv

Under hela 2018, samt våren 2019 arbetade Paulina Rytönen tillsammans med studenten Sofia Portström med en undersökning om hur fäbodbruket definieras av fäbodbrukarna. Inom ramen för detta arbete har 16 djupintervjuer med fäbodbrukare genomförts, transkriberats, sammanställts och tolkats (6 av intervjuerna har transkriberats genom extern transkriberingstjänst på grund av tidsbrist). Till detta har sammanställningar av diskussioner under projektets workshops/kurser, samt anteckningar från enskilda samtal med fäbodbrukare tillkommit.

Syftet med detta är att få en djupare förståelse över om det finns skillnader mellan brukarens och andras perspektiv (t.ex. myndigheters perspektiv) och syn på fäbodbruket. Målet är att materialet ska användas för definiera grunden för kommersialisering och därmed också för ekonomiskt värdeskapande i en fäbod. Vi kommer också att ta fram förslag på hur olika typer av politikinsatser på lokal och regional nivå kan tillämpas, omtolkas, ändras och anpassas för att på ett bättre sätt främja ekonomiskt värdeskapande i fäbod- och utmarksbruk.



En analys fäbodbrukarnas perspektiv kan hittas i Sofia Portströms examensarbete:  
*Fäbodbruk - "Det magiska mötet mellan natur och kultur" En fenomenografisk studie om fäbodbruk ur brukarnas perspektiv*

<http://sh.diva-portal.org/smash/get/diva2:1305676/FULLTEXT02.pdf>



*Sofia Portström, 28 mars 2019. Bilden togs efter att hon försvarat sin kandidatuppsats i miljövetenskap.*

Den viktigaste slutsatsen från ovanstående arbete med bäring på hållbart värdeskapande är att fäbodbruket idag består av kommersiella och icke-kommersiella delar och dimensioner. Men medan de icke-kommersiella dimensionerna, dvs. det biologiska kulturarvet i sin helhet har fått ett stort utrymme i politiken och omfattas därmed av de olika typer av stöd som fäbodbrukare kan erhålla (vare sig det handlar om ekonomiskt stöd, möjlighetsskapande regeltillämpning eller regelförenklingar, mm.), ses fäbodbrukarna sällan som företag. Detta innebär att stödet till den kommersiella delen av fäbodbruket och den övergång mot en ekonomisk hållbar verksamhet glöms bort eller kanske till och med försvåras genom olika typer av myndighetsutövning. Det finns en motsättning mellan den regionala utvecklingspolitiken, där målet sedan några decennier är att främja företagande för att uppnå en hållbar samhällsutveckling i Sveriges lands- och glesbygder och det handlingsutrymme och möjligheter som "det företagande fäbodbruket" har på lokal nivå – detta trots att det finns en tydlig efterfrågan hos konsumenterna för fäboden som fenomen, på möte med fäbodbrukaren och djuren, samt på fäbodbrukets produkter och tjänster.

## Utveckling och validering av manualen *Affärsutveckling för fäbodbrukare och mathantverkare*

Inom ramen för projektet har ett omfattande arbete genomförts för att utveckla ett specialanpassat undervisningsmaterialet i affärsutveckling för fäbodbrukare och mathantverkare. Utbildningsmaterialet har tagits fram i samarbete med de brukare som deltagit i projektet och har både använts för att främja tillväxten i deras verksamheter, men är också tänkt att bli ett bestående resultat av projektet och som avses kunna bidra till företagsutveckling och tillväxt i många andra företag. Inom ramen för detta arbete har vi samarbetat med projektet Archipelago Business Development (<https://www.archipelagobusiness.eu/>) samt med Lena Brenner, Lands-bygdscentrum på Åland, samt mathantverksföreningen på Åland, där manualen har testats i större skala. Testet har genomförts av Rytkönen, med finansiering från Archipelago Business Development. Resultaten från testet har utvärderats av Rytkönen inom ramen för Biologiskt kulturarv som hållbar värdeskapare, med finansiering från detta projekt.

Materialet har sin utgångspunkt i ett flertal tidigare utredningar, utländska erfarenheter som visar att terroir är en viktig utgångspunkt för att främja tillväxt i verksamheter som lever och genererar sina inkomster utifrån ett biologiskt kulturarv, samt på ledande forskning och kunskap om affärsutveckling.

Eftersom de svenska och norska företagens erfarenheter av att använda sig av terroir i affärsutveckling är begränsat (för att inte säga obefintligt) har vi i projektet valt att konkretisera nyttjanden av de värden som terroir kan tillhandahålla genom att använda oss av erkända affärsutvecklingsmetoder (t.ex. Business model canvas) i kombination av bland annat verktyg som utvecklats av FAO för att främja utvecklingen av företag som arbetar med livsmedel som är bärare av terroir/typicitet (se t.ex. <http://www.fao.org/docrep/013/i1760e/i1760e.pdf> och mycket annat material).

De tidigare kända erfarenheterna bygger delvis på en annorlunda tradition och historisk kontext som skiljer sig från svenska och norska förhållanden, därför har innehållet anpassats innehållsmässigt – både i affärsutvecklingsplanerna för företagen i projektet och i utbildningsmaterialet till de förhållanden och den kontext som företagen lever under. Detta har inneburit att vi har behövt testa metoden på olika typer av mathantverkare (både direkt inblandade och en kontrollgrupp). Vi har behövt föra en dialog/intervjua fäbodbrukarnas och mathantverkarnas kunder och företagarna själva i syfte att få fram några gemensamma nämnare för företagen att utgå ifrån. Vi har även i viss mån ventilerat och diskuterat resultatet med experter.

Följande steg har identifierats som nödvändiga/tillämpats i affärsutvecklingsarbetet och i affärsutvecklingsmanualen:

- Medvetandegöra producenten om produktens kvalitet utifrån sensoriska egenskaper

Vi har tagit fram en metod för att sensoriskt beskriva och analysera livsmedel som icke-utbildade sensoriker kan använda för att arbeta med att beskriva sensoriska egenskaper i produkten. Detta är ett förenklat arbetssätt som kan tillämpas både av producenter själva, grupper av producenter och av landsbygdsutvecklare som arbetar med att stödja mathantverkare. Att utgå ifrån sensoriken fyller två syften, nämligen att göra företagaren medveten om produktens kvalitet genom att åskådliggöra hur de sensoriska egenskaperna ser ut och den hjälper producenten att koppla produktens egenskaper till olika element i produktionsprocessen och produktens ursprung som bidrar till att skapa en viss kvalitet, en

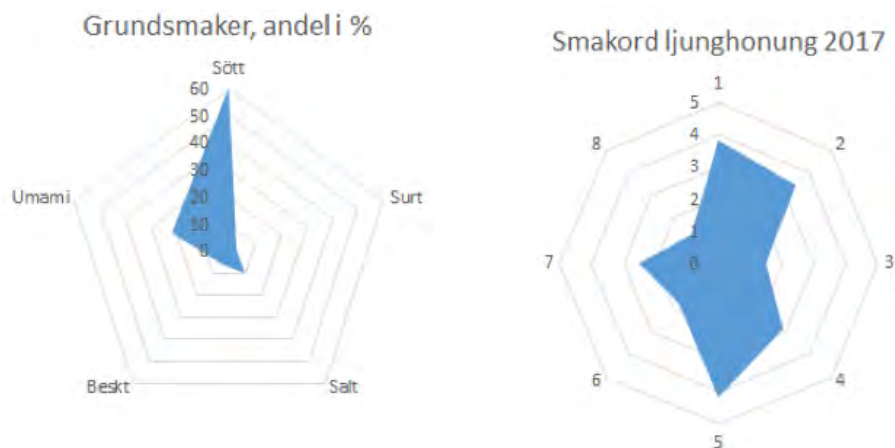


viss smak eller en viss arom. Genom den sensoriska kan mathantverkaren att svara på frågor såsom:

- Har min produkt en balanserad smak?
- Har den de sensoriska egenskaper som jag önskar att produkten skall ha?
- Vilka element i produktionsprocessen är framträdande i de sensoriska egenskaperna?

Det sistnämnda för att hjälpa mathantverkaren att leta efter relevanta terroir-egenskaper som företagaren senare kan använda i sin marknadsföring och/eller för att erhålla prispremier, eller extrastöd hos relevanta allianser eller myndigheter för sin produkt. Eftersom det sensoriska arbetet också visualiserar hur smaken ser ut kan producenten under detta inledande skede också korrigera eventuella felaktigheter i produkten (t.ex. obalans i produkten).

#### Exempel 1. Ljunghonung från 2016



Grundsmaker i ljunghonung visar att nästan 70% utgörs av sötma, men det finns några få procent även av de andra grundsmakerna. Smakorden var: 1=Malt; 2=Multe/ hjortron; 3=Tjära; 4=Smör; 5=Karamell; 6=Sopp/ svamp; 7=Sevje; 8=Ritz kjeks.

#### Exemplet seterost



Seterostens smakord: 1=Nötter, 2= Sötma; 3=sommarblommor; 4=fjøs/fjös; 5=sopp/ svamp; 6=lær/ läder; 7=høy/ hö; 8=baguette.

Ovanstående diagram har tagits fram efter att ha följt vår framtagna anvisning där man steg för steg kartlägger både grundsmaker och smakord. Resultatet visualiseras enkelt genom excel.

Metoden har visat sig fungera för mathantverkare även utanför regionen. Nedan finns exempel på grundsmaker och smakord från två mathantverkare från Åland.

#### *Grundsmaker och smakord på åländskt lammkorv*



#### *Grundsmaker och smakord på åländskt havtornsdryck.*



Eftersom det för många mathantverkare är ganska abstrakt att kunna beskriva sina produkters egenskaper arbetar vi för närvarande med listor över smakord som företagen kan använda i sitt framtida arbete.

- Vad finns bakom den sensoriska unikiteten?  
Sensoriken bakom varje produkt kan förklaras utifrån samtliga steg och resurser som ingår i produktionsprocessen. Steg två är därför att leta efter vad som orsakar den särskilda sensoriska kvaliteten. Hur detta görs beror helt och hållet på vad det är för typ av produkt, t.ex. behöver man för en ost ta reda på ystningsegenskaper i mjölken på den djurras som används, vilket bete/foder djuren äter, vilket recept som använts, lagringstid, lagringsplats, mm. Vad vi främst fokuserat på är att utveckla kartläggnings-metoder som inte kräver en vetenskaplig kompetens. För att hjälpa producenterna i sitt arbete har vi både arbetat med framtagning av olika manualer som kan vara till hjälp, t.ex. en flora där olika växter inom området beskrivs och som

kan användas av producenterna vid en kartläggning, men också identifierat olika smakordlistor och annat lättåtkomligt referensmaterial (jfr. de norska "kulturmarksflororna").

För produkter som bygger på fäbod- och utmarksbruk är det biologiska kulturarvet centralt för produkternas sensoriska profil – detta är ett tydligt resultat från analyser av allt som produceras av företagen som deltar i projektet. Vissa produkter är inte ätliga, t.ex. ull eller fällar, men det går utmärkt att arbeta sensoriskt även med sådana produkter. Det är dessutom viktigt att även för sådana produkter göra den kartläggning som görs för ätliga produkter för att kunna få produkterna sålda. En stor del av sådan försäljning sker genom internet, via hemsidor eller facebook. Även i det fallet är produktbeskrivning en central del för att kunna få varan såld.

I detta avseendet är det biologiska kulturarvet centralt, vilket vi kunde konstatera gäller allt det som produceras av företagen som deltar i projektet. Vissa produkter är inte ätliga, t.ex. ull eller fällar, men att arbeta sensoriskt och göra den kartläggning som görs för ätliga produkter är av stor vikt för att kunna få produkterna sålda. En stor del av sådan försäljning sker genom internet, via hemsidor eller facebook. Även i det fallet är produktbeskrivning en central del för att kunna få varan såld.

- Hur kan man samla kraft bakom produkten och dess egenskaper?  
Gällande mathantverk och nästan undantagslöst den typ av mathantverk som är bärare eller resultatet av ett biologiskt kulturarv finns det ofta flera aktörer som är intresserad av att bevara produkten. I gängse affärsutvecklingslitteratur lyfts betydelsen av allianser med underleverantörer och distributörer, dvs. affärspartners. Men när det gäller produkter som är ett resultat av ett biologiskt kulturarv så finns det många fler än producenten som är intresserade av att bevara produkten. Det kan vara en Produkter från fäbod- och utmarksbruk, samt i viss mån också mathantverk är nästan undantagslöst helt eller delvis bärare eller resultatet av ett biologiskt kulturarv. Och det finns oftast flera aktörer som är intresserade av att bevara produkten eller några av de ingredienser, miljöer eller metoder som möjliggör produktionen.

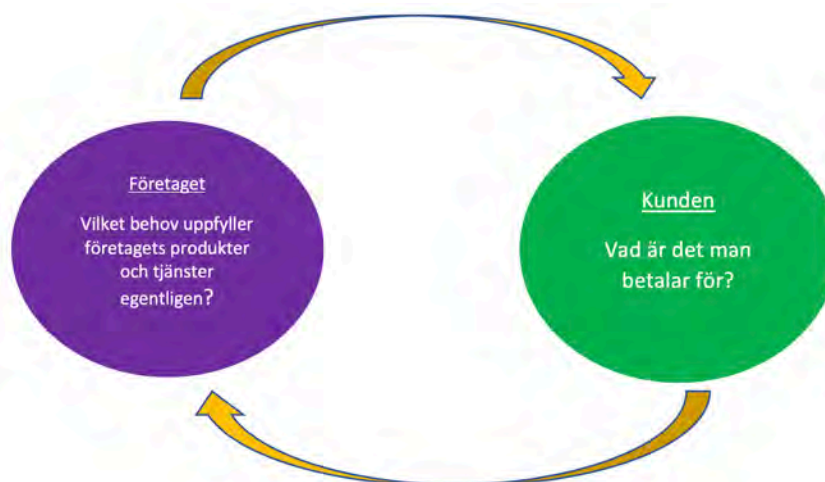
I gängse affärsutvecklingslitteratur lyfts betydelsen av allianser med underleverantörer, finansiärer och distributörer, dvs. affärspartners. Men för produkter som är ett resultat av ett biologiskt kulturarv finns det många fler än producenten och möjliga affärspartners som är intresserade av att bevara produkten. Det kan vara en hembygdsförening eller annan lokal grupp, en kommun eller annan myndighet (på olika nivåer) som kan vara intresserade av att verksamheten bevaras. Men vilka är dessa potentiella allianser? Genom att identifiera dem och inleda ett samarbete kring den gemensamma nämnaren har tidigare studier tydligt visar att ömsesidig nytta kan skapas.

Ett företag kan till exempel producera ett livsmedel som både bidrar till att man bevarar en tillverkningstradition och som bibehåller ett kulturlandskap, öppet och artrikt, på samma sätt som man vill och förväntar sig att landskapet skall vara. Således kan det finnas både föreningar, företag och myndigheter som kan vara villiga att bidra till företagets utveckling i syfte att uppnå sina egna mål. När de som delar företagets intressen identifierats bör en plan läggas upp för hur ett samarbete skall genomföras så att ömsesidig nytta uppnås. Det kan handla om crowd-funding i form av hjälp med gratis/subventionerad arbetskraft för att genomföra vissa typer av arbetsuppgifter, det kan handla om hjälp med marknadsföring, det kan till och med



handla om regelrätt finansiering av vissa verksamhetsdelar. Det kan också handla om finansiella bidrag till verksamheten, särskilt när verksamheten bidrar till positiva externaliteter som myndigheter har beslutat att bevara och som det därför finns bidrag för (t.ex. bevarande av biologisk mångfald, som vilda pollinatörer).

- Värdeerbjudandet



*Det är viktigt att identifiera vad det är som kunden efterfrågar för att veta vilket värdeerbjudande man har.*

Vårt arbete har, med utgångspunkt från föregående, fokuserat på att coacha de deltagande företagen i att hitta sätt att fråga sin kund, vi har även själva frågat kunderna genom enkäter och mini-intervjuer för att kunna få en bredare och djupare kunskap om vilka behov fäbod- och utmarksbrukets och mathantverkets produkter uppfyller. Detta arbete har också genomförts i Stockholms skärgård och på Åland inom ramen för ett annat projekt där vårt kunskapsunderlag ytterligare har fördjupats.

Att fastställa vad det egna värdeerbjudande omfattar är centralt för att kunna förstå hur resurser, bland annat tid skall allokteras (t.ex. om kunderna egentligen betalar för att de vill träffa mathantverkaren och höra dennes historia bör mathantverkaren allokera sin tid så att personen har tid att träffa sin kund exempelvis genom att organisera kundmottagande/rundvisning vid en särskild tidpunkt), samt för att fatta strategiska beslut som styr företaget i rätt riktning. När producenten erbjuder det som kunden vill ha är det också möjligt att ta betalt för detta.

I vårt urval har många av företagen inte tagit betalt för en stor del av de tjänster som konsumenterna är villiga att betala för. Ett exempel är tillträdet till fäboden där /använt en bössa där frivilliga bidrag kan läggas. Att synliggöra och organisera upp detta kan generera många tusenlappar åt producenten. Det kan också hjälpa till att styra besökstiderna så att andra sysslor hinns med.

Värdeerbjudandet används i företagets vidarearbete och är centralt för värdeskapande. Sysslor/produkter som inte värdesätts av kunden kan läggas åt sidan så att mer fokus kan läggas på det som genererar en inkomst. För de företag som deltar i projektet kan vi konstatera att det finns ett antal icke-kommersiella värden som produceras och som kunder är villiga att betala för.

Kunskap om värdeerbjudandet ger också information för att fatta beslut gällande vilka särskilda intressenter som kan engageras genom allianser. T ex kan en lokal naturskyddsförening som värnar om olika typer av växter bidra med sin kunskap och kanske till och med närvaro för att organisera naturvandringar. Intäkterna kan gynna fäboden, besökarna kan handla fäbodprodukter och/eller fika och föreningen får ut information till allmänheten om särskilda växtarter.

- Kundrelationer - kundkommunikation.

När värdeerbjudandet kartläggs tillfrågas kunderna också om var de kommer ifrån, hur de hittade företaget, m.m. Detta är en viktig utgångspunkt för att lägga upp en kommunikationsstrategi. Det kan handla om att använda facebook eller annan social media, att veta vilka lokala aktörer som besökare faktiskt tillfrågar, m.m.

Arbetet med kundkommunikation bygger på gängse marknadsföringskunskap, kunskap om (digital) omvärldsbevakning och (digital) marknadsföring. Vi har tagit fram förenklade metoder för att hjälpa producenten att själv kunna förstå hur man kan använda de flöden av information som kunder och besökare delar med sig av för att välja kommunikationskanal, innehåll, form, mm., samt för att kunna förbättra sin kundkommunikation ytterligare. Detta är också ett verktyg som hjälper till att ständigt hålla sig uppdaterad om vad kunden vill betala för och i de fall då det förekommer problem att vara informerad och kunna bemöta och/eller lösa eventuella problem. Arbetet kan genomföras genom användning av exempel google analytics, men också genom att analysera det material som delas om företaget och dess produkter.

Även om det framtagna materialet är en grund för självstudier har vi testat detta tillsammans med producenter, även utanför interreg-området eftersom det har varit nödvändigt att testa förkunskaper på en större grupp individer. Den tid som använts utanför interreg-området finansieras i huvudsak av projektet Archipelago Business Development och som finansieras genom Interreg Central Baltic. En viktig anledning är att projektet har behövt lära sig av specialistkunskaper från informatiker och marknadsförare.

- Intäkter och kostnader

I det framtagna materialet finns det förslag på enkla formler och beräkningsprinciper som hjälper producenter att prissätta på rätt sätt och att kunna fatta informerade strategiska beslut om företagets samtliga delar. Således ingår grunder i ekonomiska kalkyler, hur man kan kartlägga andra resurser som finns tillgängliga för diverse olika delar av verksamheten. Under förra perioden genomfördes ett arbete med deltagarna under en träff i Hede, där Proneo arbetade med företagets kalkyler och där Hede kommun höll ett föredrag om tillgängliga stöd på svensk sida från kommunen och inom interreg-området. Samma har gjorts på norsk sida. Detta följdes upp under november 2018 då Proneo fördjupade resonemangen genom individuell och grupprådgivning med producenterna.

### **Vilka aktiviteter har genomförts för att få fram ovanstående resultat?**

Det har varit nödvändigt att läsa en hel del material och kunskap från exempelvis marknadsföring, omvärldsbevakning, tjänstedesign, destinationsutveckling och andra kunskapsområden där vi själva saknar kompetens. Vi (främst Rytkönen) har även intervjuat och auskultat då experter inom exempelvis digital omvärldsbevakning och digital marknadsföring har arbetat med våra frågor och vårt material för att kunna förstå hur detta fungerar i praktiken.

Som en uppföljning av den kundundersökning som genomfördes 2017 har vi även genomfört djupintervjuer med ett urval av deltagande företag, samt några fäbodbrukare utanför projektet i syfte att få fram gemensamma kulturella identitetsmarkörer som efterfrågades i kundundersökningen. Detta är något som deltagande företag kan använda i sin marknadsföring. Intervjuerna har genomförts under ledning av Rytkönen och delvis bearbetats av Rytkönen, men huvuddelen av den tid som gått åt för att genomföra och bearbeta intervjuerna har finansierats genom att en student från Södertörns högskola har engagerats. Hon har fått hjälp att nå de intervjuade och projektet har finansierat en del transkriberingar. I utbyte för sitt arbete har studenten fått möjlighet att använda det insamlade materialet i sitt kommande examensarbete i miljövetenskap.

Slutprodukten publicerades digitalt vid projektets slut, och har redan nu efterfrågats av landsbygdsutvecklare som behöver ha ett verktyg för att främja utvecklingen hos de företag som finns i deras respektive kommuner. Materialet har till en början förmedlats för finska, svenska och norska landsbygdsutvecklare.

### **Skrivarbete på vetenskapliga uppsatser**

Vi har inom ramen för projektet dessutom kunnat utveckla ett antal vetenskapliga uppsatser som baseras på de resultat och analyser vi har fått från arbetet, men även baserat på våra erfarenheter från processerna inom projektet. Några har redan publicerats och ytterligare några är under processning.

### **Formidling:**

Kunnskap om lokale naturressurser og biologisk kulturarv er sammenstilt i ulike sammenhenger, og er sendt/vil sendes ut til brukergruppen og forvaltningen. Følgende foredrag, presentasjoner, fakta-ark og populærvitenskapelige artikler/manuskript eller anna informasjon er så langt utarbeida:

- Deltakelse, abstract og foredrag under konferansen "*Challenges for the New Rurality in a Changing World, 7<sup>th</sup> International conference on Localized Agri-food systems*", arrangert av Södertörns Högskola, Stockholm, 8–10 Mai 2016.
- Presentation i anslutning till fäbodriksdagen i Ambjörbyn 24 september 2016.
- Deltog i ett möte med småbrukarorganisationer i Ramshyttan utanför Örebro för presentation om frågan traditionell kunskap och biologiskt kulturarv och diskussion, 31 mars 2017.
- Konsumentmöten vid Svedbovallen i Ljusdal, 2–4 juli 2017.
- Konsumentmöte i samband med Moläta, traditionell matfestival i Järvsö, 3 juli 2017.
- Konsumentmöte på Mathallen «Smak og behag» og «Bakeriet Sprø» på i Oppdal, 20 juli 2017.
- Deltog i fäbodriksdagen på temat "Kulturarvet. En nyckel till framtiden – Kan utmarksbruk bli framtidsbruk?" med presentation om frågan traditionell kunskap och biologiskt kulturarv, Våsbo utanför Edsbyn 16 september 2017.
- Projektet medarrangerade konferensen "Det nordsvenska kulturlandskapets framtid", Östersund 19–20 april, 2018. Projektet medverkade med föredragen "Landskapets värden" under sessionen "Det nordsvenska kulturlandskapet: vilka är värdena?" och i foredraget "Biologiske verdier og terroir", under sessionen "Utblick: Norge & Schweiz", ble det satt fokus på "terroir". Terroir anvendes for lokale produkter med spesielle egenskaper/ kvaliteter, og er knytta til en avgrenset geografisk region. Det ble vist resultater fra GPS-sporinger av melkekyr, og hvilke hvilke beitemønstre og beitepreferanser de har når de går fritt på artsrike fjellbeiter. Videre ble det fokusert



på sammenhengene mellom kvaliteten til beitefôret, og hva dette gjør med produktkvaliteten og smaken.

- Foredraget "Melkekyr på fjellbeiter – beitemønster hos gamle og moderner raser", seminar arr. av Urfe, Snåsa 9. November 2017.
- Foredraget "Matproduksjon basert på artsrika utmarksbeite". Fagdagar lokalmatprodusenter og serveringssteder. Kristiansund, 14. Februar 2018.
- Foredrag "Biologisk kulturarv som bærekraftig verdiskaper". Forollhognakonferansen i Ålen, Januar 2019.
- Under sommaren 2018 kontaktades svenska interreg-projekten av sekretariatet med information om att Europeiska kommissionen önskade göra vykort från olika interreg-projekt (se vidare under 8. Informasjon og kommunikasjon).
- 18 december 2018 höll Rytkönen en personlig utbildning för Ulrika Gustavsson från Landsbygdscentrum på Åland i hur man utvecklar en terroiratlas i syfte att utveckla en metod att förmedla resultaten från projektet.
- 9 mars 2019 hade projektet ett särskilt avstämningsmöte tillsammans med styrelsen för Förbundet Sveriges Fäbodkultur och Utmarksbruk. Syftet var att gemensamt diskutera vad projektet bör göra och fokusera på under det sista halvåret och vilka leveranser som är av störst vikt för fäbodkulturen, brukarna och det fortsatta utmarksbetet.
- Foredrag "Skjøtsel av helhetlige kulturalandskap". Skjøtselskurs og årsmøte, nordisk kulturalandskapsforbund, Røros, 26–27. Juli 2019.
- Befaringe og fotografering til den norske seterboka i 2019, Innerdalen og Grøvdalen på Nordmøre.
- Tett dialog med Norsk Seterkultur om seterbruket som immateriellt kulturarv
- Projektet representerades också på den svenska fäbodriksdagen med föredrag och diskussionspasset "Avstamp för att arbeta för att fäbodar och utmarksbruk blir ett immateriellt kulturarv". Söderhamn, 14–15 september 2019.

#### **Publicerade presentationer**

- Rytkönen, P. & Hård U. 2016. *Challenges for the New Rurality in a Changing World: Proceedings from the 7th International Conference on Localized Agri-Food Systems : 8-10 May 2016*, Södertörn University, Stockholm, Sweden, COMREC Studies in Environment and Development, ISSN 1652-2877 ; 12 <http://sh.diva-portal.org/smash/get/diva2:956067/FULLTEXT01.pdf>
- Abstract til konferansen i Stockholm: Bele, B., Sickel, H. & Norderhaug, A. 2016. Local food production and terroir characteristics – ecosystem services from mountain semi-natural grasslands. *Challenges for the New Rurality in a Changing World, 7<sup>th</sup> International conference on Localized Agri-food systems*. Södertörns Högskola, Stockholm, 8-10 Mai 2016.
- Abstract til konferansen i Stockholm: Tunón, H. 2016. Sustainability in rural development based on natural and cultural heritage. *Challenges for the New Rurality in a Changing World, 7<sup>th</sup> International conference on Localized Agri-food systems*. Södertörns Högskola, Stockholm, 8-10 Mai 2016.
- Abstract til konferansen i Stockholm: Rytkönen, P. 2016. Culinary Heritage, Governance and Rural Development. In Jämtland and Västernorrland. *Challenges for the New Rurality in a Changing World, 7<sup>th</sup> International conference on Localized Agri-food systems*. Södertörns Högskola, Stockholm, 8-10 Mai 2016

- Kort omtale av prosjektet i medlemsbladet «Seterbrukaren», *Seterbrukaren* Nr. 2, 19. Årgang, Norsk Seterkultur Juni 2016).  
[http://www.seterkultur.no/seterbrukar/2016\\_02.pdf](http://www.seterkultur.no/seterbrukar/2016_02.pdf)
- Prosjektinformasjon (tekst og bilder) er registrert i prosjektbanken hos Interreg:  
<http://interreg.no/prosjektbank/biologisk-kulturarv-som-baerekraftig-verdiskaper/>
- Bele, B., Tunón, H. & Rytönen, P. 2016. Biologisk kulturarv som bærekraftig verdiskaper. *NIBIO POP* 2(31). <https://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/2422271>.
- Tunón, H. 2016. Fåbodbåltet runt på fem dagar, *Nåvertrumpeten*, (4): 10.
- Tunón, H., Bele, B., Rytönen, P. 2016. Biologisk kulturarv som mervårdesskapare, *Nåvertrumpeten*, (4) 12.
- Bele, B., Sickel, H. & Norderhaug, A. 2017. Lokal matproduksjon og terroir - økosystemtjenester fra fjellet. *Lommen* 53, s. 39-41. Kan lastes ned:  
<http://kulturlandskab.org/installeret/wp-content/uploads/2017/11/NET-Lommen-53.compressed.pdf>
- Bele, B., Sickel, H. & Norderhaug, A. 2017. Tourism and terroir products from mountain summer farming landscapes. *Journal of Gastronomy and Tourism* 2: 233–245. doi:10.3390/agriculture8020022.
- Bele, B. 2018. Beitemønster og diettvalg hos gamle og moderne kuraser. *URFE* mars 2018, s. 15–15
- Bele, B., Norderhaug, A. & Sickel, H. 2018. Localized Agri-food Systems and Biodiversity. *Agriculture* 8 (22). Kan lastes ned:  
<https://doi.org/10.3390/agriculture8020022>.
- Bele, B. 2018. Biologisk kulturarv som bærekraftig verdiskaper. Eggensetra i Snåsa. Upublisert notat/utkast til guide, senere videreført og innlemmet i norsk bokmanus.
- Bele, B., Sickel, H. & Norderhaug, A. 2018. Terroir skaper merverdi for lokale matprodusenter. Et kort sammendrag av tidligere utgitt artikkel. I: «Mathåndverk» Nummer 2, vår 2018, s. 24-25. Kompetansenettverk Lokalmat.
- Iuga, A., Westin, A., Iancu, B., Stroe, M. & Tunón, H. 2018. "Rural communities and traditional ecological knowledge", p. 84–111 in «*Issues and concepts in historical ecology. The past and future of landscapes and regions*». Crumely, C.L., Lennartsson, T. & Westin, A. (red.). Cambridge University Press, Cambridge.
- Rytönen, P., Bonow, M., Girard, C. & Tunón, H. 2018. Bringing the consumer back in—the motives, perceptions, and values behind consumers and rural tourists' decision to buy local and localized artisan food—A Swedish example. *Agriculture* 8, 58, doi:10.3390/agriculture8040058
- Tunón, H. 2019. Biologisk kulturarv och företagande. *Svensk fåbodkultur och utmarksbruk*, nr 1, 12.

- Tunón, H. & Bele, B., 2019. *Fäboden: naturen, kulturen och kulturlandskapet*. CBM:s skriftserie 109, Uppsala. 162 s.
- Tunón, H. & Bele, B. 2019. *Fäbod and seter: Summer farming on the Scandinavian peninsula*. CBM:s skriftserie 112. Swedish Biodiversity Centre, Uppsala. 162 s.
- Bele, B., Norderhaug, A. & Tunón, H. 2019. *Seterlandskapet: historia, naturen og kulturen*. NIBIO bok 5(8) 2019, Ås & CBM:s skriftserie 113, Uppsala. 161 s. – PDF nedladdningbar. NIBIO <http://hdl.handle.net/11250/2627801> och CBM: <https://www.slu.se/globalassets/ew/org/centrb/cbm/dokument/publikationer-cbm/cbm-skriftserie/seterboken-lag.pdf>
- Rytkönen, P., Tunón, H. & Bele, B. 2019. *Affärsutvecklingsmanual för fäbodbrukare och mathantverkare*. CBM:s skriftserie 114, Uppsala. 70 s. – endast PDF <https://www.slu.se/globalassets/ew/org/centrb/cbm/dokument/publikationer-cbm/cbm-skriftserie/foretagsmanual-191107.pdf>
- Rytkönen, P. 2019. *Västernorrlands smakbok. En terroiratlas med översikt över naturbaserade och kulturella värden i Västernorrlands kulinariska arv*. Södertörns högskola, Södertörn, Centrum för biologisk mångfald, Uppsala, Norsk institutt for bioøkonomi, Ås. – endast PDF
- Tunón, H., Bele, B. & Rytkönen, P. 2019. *Biologiskt kulturarv som som hållbar värdeskapare – slutrapport*. CBM:s skriftserie 117. Centrum för biologisk mångfald, Uppsala, Södertörns högskola, Södertörn, Norsk institutt for bioøkonomi, Ås. – endast PDF
- Tunón, H., Rytkönen, P. & Bele, B. (Under utgivning). «Are There Lessons to Be Learnt? A Comparative Study of Ethical Challenges Between Community-Based Participatory Research And Case Studies», s. i *Co-creating Actionable Science: Reflections from the Global North and South* (red. Sokolova, T., Gallardo Fernández, G.L. & Saunders, F. Cambridge Scholars Publishing, Newcastle upon Tyne, UK.

### **Digitala presentationer**

- CBM:s hemsida: <http://www.slu.se/centrumbildningar-och-projekt/centrum-for-biologisk-mangfald-cbm/forskning/forskningsprojekt/biologiskt-kulturarv-som-hallbar-vardeskapare/>
- Prosjekt- hjemmeside NIBIO: <http://www.nibio.no/prosjekter/biologisk-kulturarv-som-brekraftig-verdiskaper>
- Prosjektet er registrert om omtalt i Interreg sin prosjektbank (<https://interreg.no/prosjektbank/biologisk-kulturarv-som-baerekraftig-verdiskaper/>).
- Nyhetssak på nettsidene/Facebook hos NIBIO: <http://www.nibio.no/nyheter/forskerne-trenger-din-kunnskap-om-tradisjonell-naturbruk>
- Fylkesmannen i Nord-Trøndelag la også ut ei nyhetssak om prosjektet i desember 2016, der det går fram at prosjektet søker interesserte brukere



(<https://www.fylkesmannen.no/Nord-Trondelag/Landbruk-og-mat/Jordbruk/Biologisk-kulturarv-som-verdiskaper/>).

- Prosjektet fikk svært god oppmerksomhet og respons, og ble også fanga opp på Regjeringen sine nyhetssider (<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/forskerne-trenger-din-kunnskap-om-tradisjonell-naturbruk/id2520797/>).
- Projektet har også en blogg kopplad till Södertörns högskola [http://blogg.sh.se/biologiskt\\_kulturarv/](http://blogg.sh.se/biologiskt_kulturarv/) och enstaka twitterinlägg. Bloggen ble oppdatert med foredrag, bilder og resultater fra workshopene. Det er også lagt ut linker til ulike relevante rapporter.
- Vi har også flere ganger forekommit på Gävleborgs fäbodförenings blogg (<https://gfabod.blogspot.com/>)

### Effekter/nytteverdi:

Nyhetssaker, foredrag, fakta-ark og populærvitenskapelige artikler har bidratt til å informere brukergruppen og andre om prosjektet. Forskningsdagen rettet mot elever i videregående skole bidro spesielt med informasjon mot unge, en tidlig fase av prosjektet.

Materiellet som er utarbeidet så langt i prosjektet vil anvendes i det videre informasjonsarbeidet mot brukere i prosjektet og allmenheten forøvrig.

De gjennomførte aktivitetene under workshopene skal bidra til at brukerne får verktøy til å anvende biologisk kulturarv og sensoriske egenskaper i sin markedsføring av produktene. Arbeidet med en manual for utvikling av slike forretningskonsepter er påbegynt. Formidlingsaktivitetene og produktene fra prosjektet bidrar til at kunnskap om biologisk kulturarv spres også utenfor målgruppa.

| <b>2.b Projektet största och viktigaste aktiviteter</b><br>Her skal tiltak som er beskrevet i tilsagn/beslut beskrives samt gjennomføringsgrad . | Start-datum | Slut-datum | Andel (%) gjennomført |
|--|-------------|------------|-----------------------|
| Prosjektledelse  | 14.03.2016  | 14.03.2019 | 100                   |
| Kommunikasjon, nyhetssider, faktablad, etc   | 14.03.2016  | 14.03.2019 | 100                   |
| Arbeidspakke 1: Verdier knytta til utmark- og utmarksbruket  | 14.03.2016  | 31.12.2018 | 100                   |
| Arbeidspakke 2: Erfaringer knytta til markedsføring og beskytta matmerkeordninger  | 14.03.2016  | 31.08.2019 | 100                   |
| Arbeidspakke 3: Veien framover   | 01.06.2016  | 14.09.2019 | 100                   |
| Arbeidspakke 4: Langsiktig bruk av resultatene   | 01.01.2017  | 14.09.2019 | 100                   |

### 4. Aktiviteter utanför programområdet

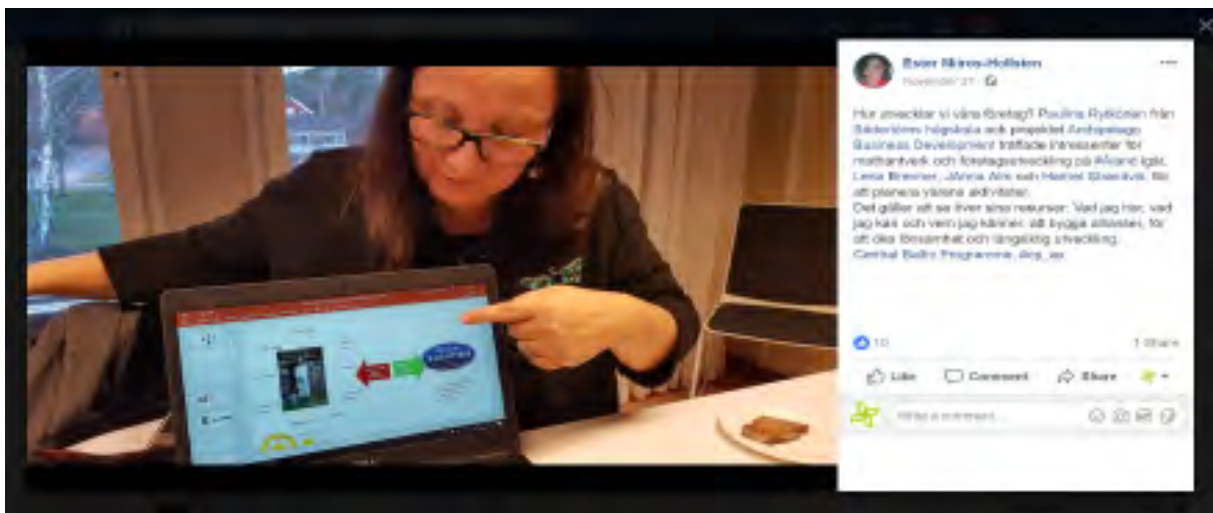
Redogör för aktiviteter som genomförts utanför programområdet, ange också kostnaden för aktiviteten.

För genomförda resor skrivs en kortfattad reserapport.

Vi valde att förlägga ett projektmöte 2016 i anslutning till en internationell vetenskaplig konferens med relevant tema "Challenges for the New Rurality in a Changing World. 7th International Conference on Localized Agri-Food Systems" som arrangerades på Södertörns högskola. Detta gav oss också möjlighet att presentera projektidéerna för forskare inom landsbygdsutveckling från hela världen samt få återkoppling utifrån många olika perspektiv. På svensk sida genomfördes även deltagande i en fäbodworkshop i Orsa i Dalarna och på den nationella fäbodriksdagen som i år hölls i Värmland. Dessa lokala aktiviteter var endast förknippade med mindre reskostnader och deltagaravgifter, men innebar möjligheten att sprida information om projektet och nå ut till avnämare på ett bra sätt.

Stockholms skärgård och Åland. Huvuddelen av aktiviteterna har dock betalats av ett annat projekt och endast en marginell del av våra resurser har använts till detta. Det som projektet finansierat är ett fåtal timmar då Rytkönen har diskuterat och fått ett erfarenhetsbaserat kunskapsbidrag till affärsutvecklingsmanualen från Lena Brenner, landsbygdsutvecklare på Åland, och Harriet Strandvik, Ålands yrkesgymnasium och landsbygdsutvecklare. Manualen har sedan också testats av 2 företag i Stockholmsskärgård och av 12 företagare från Ålands mathantverksförening.

Bilden nedan visar ett av de möten som genomförts med nämnda landsbygdsutvecklare (som hölls i november 2018) och där även Interreg Central Baltics informationsansvarig Ester Mirros-Hollstein deltog. Under nedanstående möte utvärderades de aktiviteter som genomfördes för vår räkning under våren och början på hösten.



Några aktiviteter har även skett i Hälsingland under projektets gång men de har då varit sådana att de berört hela Fäbodsverige och bara tagit resurser i form av arbetstid.

## 5. Indikatorer

Dessa indikatorer är intressanta men i det stora hela är de för specifika för ett projekt, som detta där effekterna och insatserna mestadels sker på en annan ledd. Några av brukarna som är del i projektet har däremot hävdade områden som hyser såväl rödlistade och fridlysta arter som hotade naturtyper, vilka dessutom är viktiga kulturarv. Hävdmiljöerna upprätthålls på traditionellt sätt genom till exempelvis senslätter, extensivt bete, frånvaro av gödsling och gamla lantraser. Det gör att man kan kategorisera dem som ett övergripande natur- eller kulturarv, eller som många mer specialiserade arv.

Produktion av traditionella lokala produkter, såsom smør, ost, gøbb och rømme, vilka är kulturarv var för sig, men som också kan bedömas som del av ett enskilt kulturarv i form av fåbod-/seterkulturen, vilken också inbegriper många andra enskilda kulturarv. Dessutom kommer produktion på artrika betesmarker att ge produkter med särskilda smakegenskaper, s.k. *terroir*.

| Projektets aktivitetsindikator/-er som beskrivet i tilsagn/beslut                                  | Antal enligt projekt- beslut | Hittills uppnått sedan projekt-start |
|--|------------------------------|--------------------------------------|
| Ytareal med livsmiljöer som får stöd för att uppnå bättre bevarandestatus (hektar)                 | —                            | —                                    |
| Gemensamma förvaltningsprojekt för gränsöverskridande skyddade arter, naturområden, hav och vatten | 4–5                          | 4                                    |
| Gemensamma kulturarv där insatser för ökad tillgänglighet och hållbart bevarande har genomförts    | 6–7                          | 7                                    |
| Gemensamma naturarv där insatser för ökad tillgänglighet och hållbart bevarande har genomförts     | 2–3                          | 3                                    |



## 6. Grenseoverskridende merverdi

Beskriv hvilken grenseoverskridende merverdi som oppnås gjennom prosjektet. I programmet er dette formulert slik i mål/syfte:

«Programmets övergripande syfte och mål är att genom ett gränsöverskridande samarbeite skapa de bästa förutsättningarna för en ekonomiskt stark region med en attraktiv livsmiljö.

Programmets ambition är att via gränsöverskridande samarbeite hantera gemensamma identifiserade utmaningar i gränsregionen och att utnyttja den vilande potentialen, bland annet genom att undanrøja gränshinder, utnyttja og fokusere gränsregionens samlede resurser samt att bidra till att koppla samman regioner över gränsen.»

Dette innebærer på hvilken måte har prosjektet bidratt til å redusere grensens barriereeffekter samt hvordan prosjektet har utviklet og utnyttet grenseregionens samlede territorielle ressurser/kapital.

- Påbegynt arbeid for å styrke nettverket av næringsaktører, forskings og innovasjonsaktører
- Felles kurser for svenske og norske aktører som ønsker næringsutvikling basert på natur- og kulturarv er under planlegging

På svensk sida finns det relativt få fåbodar i drift medan det i Norge finns betydligt fler, däremot så återfinns den nedåtgående trenden i bägge länderna. För svenska brukare så skapas en kritisk massa som kan vara gynnsam för fortsatt bruk medan det i Norge finns möjlighet att få insikt i den likartade utvecklingen som redan har skett i Sverige, både vad gäller minskat antal brukare och ökad rovdjursnävar.

På norsk sida är dessutom betesbruk av utmarken inte på samma sätt kopplat till fåbodbruk som i Sverige utan det finns andra aktörer, vilket förr var också vanligare i Sverige. Men det finns dock fortfarande enstaka exempel på brukare också i Sverige som har djur på utmarksbete och som inte är fåbodbrukare. Det kan vara en viktig del att synliggöra tydligare på svensk sida. Under den gångna perioden har *Föreningen Sveriges Fåbodbrukare* bytt namn till *Förbundet Svensk Fåbodkultur och Utmarksbruk* för att vidga frågeställningarna, vilket är i analogi med våra analyser. På norsk sida av projektet har brukare av utmarkens resurser också kommit att inkludera biodlare och honungsproduktion, samt brukere som skjøtter og tar vare på artsrike slåttemarken i innmarka og som bruker føret i produksjonen av kjøtt. Flere av brukerne har i løpet av prosjektperioden jobbet aktivt med utviklingen av sine forretningskonsepter, og det har vært en svært aktiv utveksling av erfaringer mellom brukerne på tvers av landegrensene. En av de norske brukerne mottok også kulturlandskapsprisen for Trøndelag i 2018, og representerer et godt eksempel på hvordan man kan kombinere skjøtsel av biologisk mangfold og samtidig produsere kjøtt av spesiell kvalitet. Det at flere av brukerne har deltatt på alle workshopene har vært veldig positivt for prosjektet. Dette har sørget for god fremdrift i forhold til temaene som har blitt tatt opp, og gitt god utveksling av erfaringer underveis.

## 7. De horisontella kriterierna

Beskriv hva som er gjennomført innen de horisontelle kriteriene. Hur bidrar projektet till hållbar utveckling, jämställdhet/likestilling och ökad mångfald och integration.

- Verksamheten är inriktad på att försöka gynna extensivt utmarksbruk som är en lokal näring som baseras på ett hållbart brukande av foderresurser och som gynnar den biologiska mångfalden och det öppna kulturlandskapet. På grund av fotosyntesen är dessutom utmarksbete ett klimatsmart och energimässigt positivt sätt att tillverka livsmedel och andra produkter. Grasmarkene har trolig også en viktigere betydning for klimaet og karbonbindingen enn det som tidligere har blitt antatt.
- Fäbodbruket och småskalig lokal matproduktion är historiskt sett en kvinnodominerad bransch och fortfarande är många av aktörerna kvinnor och projektet bidrar till innovation av företagsidéerna. I prosjektet har det likevel vært en god kjønnsbalanse.

## 8. Informasjon og kommunikasjon

Beskriv hvordan prosjektet har fulgt opp informasjon og kommunikasjon i prosjektet (hjemmeside, nyhetsoppslag, skilting, trykksaker, annonser, sosiale media, foredrag etc.)

I samband med workshops och andra aktiviteter samt kommunikation med olika aktörer så har projekt informerat olika aktörer om att det handlar om ett interreg-projekt. Projektet har också startat en blogg ([http://blogg.sh.se/biologiskt\\_kulturarv/](http://blogg.sh.se/biologiskt_kulturarv/)).

Under sommaren 2018 fick projektet en uppmaning från programchefen för Interreg Sverige-Norge att skicka in bilder från projektet till Europeiska kommissionen för "tävlingen" #EUinMyRegion där en jury skulle godkänna bilder för att göra vykort av. Resultatet blev två olika vykort som visar svenska fäboddar och lantraser med beskrivning av projektet.



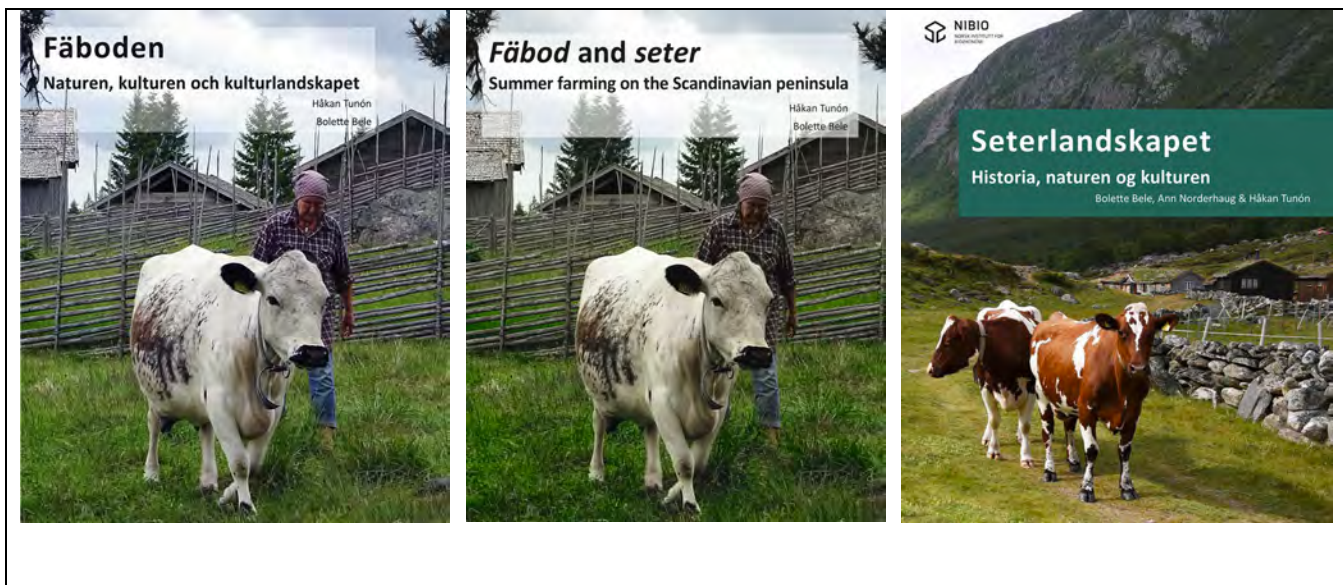
Prosjektet har fortløpende jobbet med informasjon og kommunikasjon. Det har blitt holdt flere foredrag under konferanser, og bloggen har blitt oppdatert med faglige innlegg fra workshopene, relevante rapporter og andre nyheter. En viktig produkt fra projektet har også varit att sammanställa en bok som beskriver fäbod-/seterbruket, dess historia och kulturlandskap och natur- och kulturvärden i syfte att skapa en förståelse hos konsumenterna för de värden som bevaras i och med ett fortsatt bruk. Idén var att skapa en bok som översiktligt belyser skillnader och likheter med fäbod-/seterbruket i Sverige och Norge. Denna bok blev dock i slutändan inte en utan faktiskt tre böcker:

Tunón, H. & Bele, B. 2019. *Fäboden: naturen, kulturen och kulturlandskapet*. CBM:s skriftserie 109, Uppsala.

Tunón, H. & Bele, B. 2019. *Fäbod and seter: summer farmin on the Scandinavian peninsula*. CBM:s skriftserie 112, Uppsala.

Bele, B., Norderhaug, A. & Tunón, H. 2019. *Seterlandskapet: historia, naturen og kulturen*. NIBIO bok 5(8), Ås & CBM:s skriftserie 113, Uppsala.

Den svenska boken färdigställdes först och den översattes sedan till engelska och kompletterades med lämplig information för att bättre passa en förmodad icke-skandinavisk läsare, men dessa två böcker är i huvudsak densamma. Texten till den norska boken genomgick däremot en mycket mer omfattande omskrivning för att ännu bättre återspegla de norska förhållandena i bruket. I Sverige har en stor del av förvaltningen av fäbodbruket varit inriktat på att lyfta fram de kulturhistoriska värdena och att inrikta verksamheten mot turism, medan seter- och stölsbruket i Norge i betydligt högre grad utgör en aktiv del i en lantbruksverksamhet.



Läges-/delrapporten ska skickas in som bilaga tillsammans med ansökan om utbetalning. Den svenska ansökan om utbetalning, inklusive lägesrapport ska inskickas via [www.minansokan.se](http://www.minansokan.se), den norska ansökan om utbetalning inskickas via [www.regionalforvaltning.no](http://www.regionalforvaltning.no).

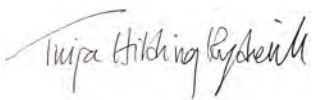

Rapporten ska vara undertecknad av projektledaren<sup>1</sup> eller av både svensk och norsk projektansvarig kontaktperson.

Undertecknad försäkrar att:

uppgifter som lämnas i rapporten, inklusive bilagor/vedlägg, är riktiga och att eventuella kopior av handlingar som bifogats rapporten stämmer överens med originalen.

Samtidigt medges att:

all personinformation som finns i rapporten får publiceras på Internet och i annat informationsmaterial. övrig information om att projektet fått stöd, om projektets aktiviteter, resultat, kostnader m.m. samt att hela eller delar av läges- och slutrapporter får publiceras på Internet och i annat informationsmaterial.

|   |                |   |                   |
|---|----------------|---|-------------------|
| Datum<br>191114   | Ort<br>Uppsala | Datum<br>191114   | Sted<br>Trondheim |
| Organisation<br>Centrum för biologisk mångfald  |                | Organisasjon<br>Norsk Institutt for Bioøkonomi  |                   |
| Svensk projektansvarig kontaktperson eller projektledaren <sup>2</sup><br> |                | Norsk prosjektansvarlig kontaktperson eller prosjektleder <sup>2</sup><br> |                   |
| Namnförtydligande<br>CBM:s föreståndare Tuija Hilding-Rydevik   |                | Navn i blokkbokstaver<br>Bolette Bele, NIBIO  |                   |

<sup>1</sup> Under förutsättning att projektledaren har en formell rätt att företräda stödmottagarna avseende projektrapportering





### *Biologiskt kulturarv som hållbar mervärdesskapare*

Detta är slutrapporten från interregprojektet med samma namn (Interregprojekt 20200961 / IR2016.04). Projektet genomfördes under perioden mellan mars 2016 och september 2019. Avsikten har varit att undersöka på vilket sätt natur- och kulturvärden och särskilt biologiskt kulturarv kan användas i företagandet för fäbodbrukare och andra som använder utmarkens resurser. Målet har därmed varit att bidra till att skapa bättre ekonomiska förutsättningar för brukarna att fortsätta bedriva utmarksbruk. Under projektets gång har vi fokuserat på koncept som biologisk mångfald, biologiskt kulturarv, immateriellt kulturarv, terroir och sensorisk utvärdering i syfte att peka på värden som upprätthålls genom ett fortsatt bruk av utmarken, som numera till stor del handlar om en igenväxande resurs för framtiden.



CENTRUM FÖR  
BIOLOGISK MÅNGFALD



**NIBIO**  
NORSK INSTITUTT FOR  
BIOØKONOMI

